

# UNIVERSIDAD DE CUENCA



**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Carrera de Administración de Empresas**

**Estudio del desarrollo y funcionamiento de una feria agroecológica en el sector Cristo Rey - parroquia Bellavista, que forma parte del Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, EDEC EP.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Ingeniera Comercial

**Modalidad:** Proyecto Integrador

## **AUTORAS:**

Silvia Andrea Villa Villa

C.I. 0105797260

Valeria Azucena Zapatan Narváez

C.I. 0106627276

## **TUTOR:**

Dr. Juan Francisco Cordero López

C.I. 0102118247

**Cuenca – Ecuador**

**19 de junio de 2019**



## RESUMEN

La agroecología opta por modelos agrarios productivos y sostenibles, surgiendo a partir de problemas e inquietudes en relación a la alimentación y preocupación del medio ambiente, respaldando la seguridad y soberanía alimentaria, a través de la comercialización directa de productos libres de químicos y cultivados mediante conocimientos ancestrales, obtenidos de la agricultura familiar campesina.

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis del funcionamiento de la Feria Agroecológica de Cristo Rey, del proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria de la Empresa de Desarrollo Municipal EDEC EP. Estableciendo una guía para la correcta operatividad de la misma, así como generar estrategias para posesionarse en el mercado.

En esta línea se ha realizado un diagnóstico de la situación actual del problema, realizando un estudio técnico y de mercado con el cual se determinó la viabilidad de implementación de la feria. Además, se presenta una propuesta de plan estratégico para un adecuado desenvolvimiento.

**Palabras Clave:** Agroecología. Comercialización. Soberanía alimentaria. Plan estratégico. Agricultura familiar.



## ABSTRACT

Agroecology opts for productive and sustainable agrarian models, it arises from problems and concerns related to natural food and environment. Also, it supports food security and sovereignty, through the direct marketing of chemical-free products and cultivated by ancestral knowledge, obtained from peasant family farming.

The aim of this study is to carry out an analysis of Cristo Rey Agroecological Fair development, it belongs to Agroecology and Food Sovereignty project of the economic development state-owned company of Cuenca (EDEC EP). In addition to create a guide for the proper functioning of the fair, in order to generate appropriate strategies to take possession on the market.

Accordingly, a diagnosis of the current situation of the problem has been made and it conducts a technical study and market research, which makes it possible to determine the feasibility of implementing the fair. Besides, a proposal for a strategic plan for a proper development is presented.

**Key words:** Agroecology. Marketing. Food sovereignty. Strategic plan. Family farming.



## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>7</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>8</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....</b>	<b>9</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>10</b>
<b>ABREVIATURAS .....</b>	<b>15</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>17</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>19</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA.....</b>	<b>22</b>
1.1 Información general de la empresa EDEC EP .....	22
1.1.1 Misión, Visión y Valores Institucionales. ....	23
1.1.2 Estrategia institucional.....	25
1.2 Antecedentes y datos del proyecto .....	27
1.2.1 Agroecología en Ecuador .....	27
1.2.2 Red Agroecológica del Austro .....	28
1.2.3 La agroecología y la soberanía alimentaria .....	29
1.3 Proyecto de agroecología y soberanía alimentaria de la Empresa EDEC EP. ....	30
1.3.1 Ejes de ejecución.....	33
1.4 Justificación e importancia .....	37
1.5 Problema Central .....	38
1.6 Objetivos .....	39
1.6.1 Objetivo General.....	39
1.6.2 Objetivos específicos.....	39
1.7 Caracterización del área de estudio.....	39
1.7.1 Breve historia del sector .....	39
1.7.2 Ubicación Geografía .....	41
1.7.3 Aspectos Físicos.....	42
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA Y DISEÑO METODOLÓGICO</b>	<b>44</b>
2.1 Antecedentes de Ferias Agroecológicas .....	44
2.2 Marco Teórico .....	46
2.2.1 Agroecología y Agricultura Industrial .....	46



## Universidad de Cuenca

2.2.2	Definiciones de Agroecología según diferentes organizaciones del Ecuador .....	47
2.2.3	Productos Agroecológicos vs Productos Orgánicos .....	48
2.2.4	Soberanía Alimentaria y Seguridad Alimentaria .....	49
2.2.5	Sistema participativo de garantía (SPG).....	50
2.2.6	Canales cortos de comercialización .....	51
2.2.7	Ferias agroecológicas.....	54
2.2.8	Marco legal y político en amparo y protección de la Agroecología y Soberanía Alimentaria en el Ecuador .....	55
2.2.9	Conceptos administrativos claves en el desarrollo de la feria .....	57
2.3	Diseño Metodológico.....	59
2.3.1	Tipo de investigación .....	59
2.3.2	Instrumentos de Investigación .....	60
2.3.3	Interpretación y análisis de datos .....	61
2.3.4	Población y Muestra .....	61

## **CAPÍTULO III ESTUDIO DEL DESARROLLO Y VIABILIDAD DEL ESTABLECIMIENTO DE LA FERIA AGROECOLÓGICA EN CRISTO REY..... 62**

3.1	Análisis del Entorno.....	62
3.1.1	Entorno Económico .....	63
3.1.2	Entorno Social – Cultural .....	66
3.1.3	Entorno Ambiental .....	67
3.1.4	Entorno Político .....	72
3.1.5	Entorno legal.....	73
3.1.6	Entorno Tecnológico.....	74
3.2	Estudio de mercado .....	75
3.2.1	Metodología de la investigación de Campo .....	76
3.2.2	Análisis de la demanda.....	78
3.2.3	Análisis de la oferta de productos agroecológicos.....	82
3.2.4	Producto .....	85
3.2.5	Precio .....	85
3.2.6	Plaza.....	86
3.2.7	Logo.....	87
3.2.8	Promoción y publicidad.....	87
3.2.9	Personas .....	88



## Universidad de Cuenca

3.2.10	Procesos.....	89
3.2.11	Elementos Físicos .....	89
3.3	Estudio técnico.....	89
3.3.1	Localización .....	89
3.3.2	Aspectos Geográficos.....	90
3.3.3	Aspectos de Infraestructura.....	90
3.3.4	Tamaño y capacidad del proyecto .....	92
3.3.5	Factores que determinan la mejor ubicación del Proyecto .....	92
3.3.6	Distribución de las carpas (Layout).....	94
3.3.7	Especificaciones generales de las áreas de la feria .....	94
3.3.8	Mobiliario y elementos .....	95
3.3.9	Estructura legal.....	95
3.4	Análisis Económico .....	96
3.4.1	Presupuesto de inversión de la feria agroecológica. ....	97
3.4.2	Costos de comercialización. ....	99
3.4.3	Ingresos de la Feria Agroecológica de Cristo Rey.....	100
3.4.4	Flujo de Caja.....	101
3.4.5	VAN y TIR.....	102
<b>CAPÍTULO IV DISEÑO ORGANIZACIONAL Y PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO.....</b>		<b>103</b>
4.1	Estudio Organizacional .....	103
4.1.1	Estructura organizativa del Feria Agroecológica de Cristo Rey..	103
4.1.2	Asociaciones que comercializan en la feria .....	105
4.1.3	Productores agroecológicos de la feria.....	106
4.1.4	Proceso de para la obtención del carnet de la RAA .....	110
4.2	Propuesta del Plan Estratégico .....	112
4.2.1	Misión .....	112
4.2.2	Visión.....	113
4.2.3	Valores .....	113
4.2.4	Matriz FODA .....	113
4.2.5	FODA CRUZADO .....	114
4.2.6	Plan de Acción propuesto.....	116
<b>CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>120</b>
5.1	Resultados y Conclusiones: .....	120



5.2	Recomendaciones.....	122
5.3	Limitaciones .....	123
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>124</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>130</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b>	Principales proyectos de la EDEC EP 2018 .....	26
<b>Tabla 2:</b>	Fases de la construcción de la agroecología ecuatoriana.....	27
<b>Tabla 3:</b>	Objetivos y ámbito de aplicación de la RAA. ....	29
<b>Tabla 4:</b>	Asociaciones campesinas que comercializan en las ferias.....	36
<b>Tabla 5:</b>	Resultado de encuestas El Vergel (cuadro resumen) .....	45
<b>Tabla 6:</b>	Hitos importantes sobre la comercialización agroecológica en el Ecuador ....	46
<b>Tabla 7:</b>	Diferencias entre Agricultura Industrial y Agroecología .....	47
<b>Tabla 8:</b>	Lista de encadenamientos productivos y circuitos cortos identificados .....	53
<b>Tabla 9:</b>	Cálculo de la muestra .....	61
<b>Tabla 10:</b>	Estratificación de la muestra .....	62
<b>Tabla 11:</b>	Número de entidad Financieras - Zona 6.....	65
<b>Tabla 12:</b>	Porcentaje de uso de Suelo - Zona 6 .....	68
<b>Tabla 13:</b>	Clasificación de productos de la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	75
<b>Tabla 14:</b>	Grado de aceptación por parroquia de una Feria Agroecológica.....	77
<b>Tabla 15:</b>	Segmento de mercado.....	79
<b>Tabla 16:</b>	Proyección de la demanda .....	81
<b>Tabla 17:</b>	Ferias Agroecológicas en la Ciudad de Cuenca .....	83
<b>Tabla 18:</b>	Mercados Populares en la ciudad de Cuenca.....	84
<b>Tabla 19:</b>	Supermercados concurridos en la ciudad de cuenca .....	84
<b>Tabla 20:</b>	Incremento de los componentes de los productos orgánicos vs convencionales .....	85
<b>Tabla 21:</b>	Descripción del lugar .....	90
<b>Tabla 22:</b>	Matriz de Descripción .....	93
<b>Tabla 23:</b>	Distribución de carpas.....	95
<b>Tabla 24:</b>	Costo de Mobiliario EDEC EP.....	95
<b>Tabla 25:</b>	Inversión de la Feria Agroecológica Cristo Rey .....	98
<b>Tabla 26:</b>	Costos de comercialización de la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	99
<b>Tabla 27:</b>	Flujo de Caja de la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	101
<b>Tabla 28:</b>	VAN y TIR .....	102
<b>Tabla 29:</b>	Elección para representantes del directorio.....	105
<b>Tabla 30:</b>	Principios de la producción agroecológica.....	112
<b>Tabla 31:</b>	Matriz FODA .....	114
<b>Tabla 32:</b>	FODA Cruzado .....	115
<b>Tabla 33:</b>	Plan de acción .....	117
<b>Tabla 34:</b>	Oferta de productos agroecológicos .....	131
<b>Tabla 35:</b>	Tabulación cruzada de parroquias e interés en una feria agroecológica.....	141
<b>Tabla 36:</b>	Tabulación cruzada de parroquias y aceptación de la feria .....	143
<b>Tabla 37:</b>	Precios de productos agroecológicos .....	155
<b>Tabla 38:</b>	Valoración del espacio para la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	159



<b>Tabla 39:</b> Fortalecimiento de producción.....	174
<b>Tabla 40:</b> Estimación de costos.....	175
<b>Tabla 41:</b> Estimación de ingresos .....	176
<b>Tabla 42:</b> Tasa de crecimiento poblacional e inflación .....	177
<b>Tabla 43:</b> Productos y servicios por asociación.....	178

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Efectos de la Globalización en el Sistema Agroalimentario .....	38
<b>Gráfico 2:</b> Vulnerabilidad por exposición cantón Cuenca - parroquia Bellavista .....	43
<b>Gráfico 3:</b> Desarrollo de los SPG en Ecuador .....	51
<b>Gráfico 4:</b> Canales de distribución y comercialización de productos de la Agricultura Familiar.....	54
<b>Gráfico 5:</b> Inflación promedio Anual .....	63
<b>Gráfico 6:</b> PIB del sector de Agricultura, ganadería, caza y silvicultura.....	64
<b>Gráfico 7:</b> UPAS por formas de tenencia de la tierra y según provincias .....	65
<b>Gráfico 8:</b> Nivel de Instrucción - Zona 6 .....	67
<b>Gráfico 9:</b> Aplicación de Agroquímicos .....	68
<b>Gráfico 10:</b> Porcentaje de la superficie donde se aplicó Fertilizantes y Plaguicidas... 69	
<b>Gráfico 11:</b> Grado de toxicidad de los plaguicidas usados en cultivos permanentes . 70	
<b>Gráfico 12:</b> Grado de toxicidad de los plaguicidas usados en cultivos transitorios .... 71	
<b>Gráfico 13:</b> Métodos de riego por tipo de cultivo (Porcentaje).....	72
<b>Gráfico 14:</b> Mapa del área urbana de la ciudad de Cuenca – Grado de aceptación... 77	
<b>Gráfico 15:</b> Porcentaje aceptación de la Feria Agroecológica de Cristo Rey.....	78
<b>Gráfico 16:</b> Demanda de Feria Agroecológica Cristo Rey .....	81
<b>Gráfico 17:</b> Lugares de compra de productos agrícolas.....	84
<b>Gráfico 18:</b> Percepción de productos agroecológicos .....	87
<b>Gráfico 19:</b> Medios de comunicación más utilizados.....	88
<b>Gráfico 20:</b> Perfil de los feriantes .....	107
<b>Gráfico 21:</b> Participación de productos agroecológicos en la feria .....	107
<b>Gráfico 22:</b> Problemas en los diferentes cultivos.....	108
<b>Gráfico 23:</b> Tiempo de llegada a la feria .....	109
<b>Gráfico 24:</b> Lugar de comercialización .....	109
<b>Gráfico 25:</b> Proceso para la obtención del carnet de productor agroecológico.....	111
<b>Gráfico 26:</b> Razones de compra de la Feria Agroecológica El Vergel .....	133
<b>Gráfico 27:</b> Percepción de precios de la Feria Agroecológica El Vergel.....	133
<b>Gráfico 28:</b> Porcentaje de visitas a la Feria Agroecológica El Vergel .....	134
<b>Gráfico 29:</b> Aceptación de la Feria Agroecológica del El Vergel en el barrio.....	134
<b>Gráfico 30:</b> Perfil de los encuestados .....	137
<b>Gráfico 31:</b> Factores importantes en la compra .....	138
<b>Gráfico 32:</b> Lugar de compra .....	138
<b>Gráfico 33:</b> Frecuencia de compra.....	139
<b>Gráfico 34:</b> Consideraciones en el lugar de compra.....	140
<b>Gráfico 35:</b> Gasto en el lugar de compra .....	140
<b>Gráfico 36:</b> Percepción de productos.....	141
<b>Gráfico 37:</b> Tabulación cruzada de parroquias e interés en una feria agroecológica 142	
<b>Gráfico 38:</b> Mapa de parroquias urbanas de Cuenca y aceptación de la feria .....	144
<b>Gráfico 39:</b> Aceptación de la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	144
<b>Gráfico 40:</b> Productos de la feria .....	145
<b>Gráfico 41:</b> Día de funcionamiento para la feria .....	146





## Universidad de Cuenca

<b>Gráfico 42:</b> Horario para la feria .....	146
<b>Gráfico 43:</b> Gasto promedio en la feria .....	147
<b>Gráfico 44:</b> Medios de comunicación para publicidad .....	148
<b>Gráfico 45:</b> Conocimiento de protección de la alimentación sana y soberana.....	148
<b>Gráfico 46:</b> Percepción de la creación de ferias.....	149
<b>Gráfico 47:</b> Ingreso promedio mensual de encuestados .....	150
<b>Gráfico 48:</b> Afirmaciones planteadas a encuestados .....	150
<b>Gráfico 49:</b> Nivel de respuesta de afirmaciones.....	151
<b>Gráfico 50:</b> Importancia de consumo local .....	152
<b>Gráfico 51:</b> Promoción y creación de espacios para producción agroecológica .....	153
<b>Gráfico 52:</b> Tabulación cruzada de percepción y aceptación de productos.....	153
<b>Gráfico 53:</b> Estimación de la inflación en Gretl.....	177
<b>Gráfico 54:</b> Perfil de productores .....	179
<b>Gráfico 55:</b> Ocupación de productores .....	180
<b>Gráfico 56:</b> Productos comercializados.....	180
<b>Gráfico 57:</b> Terrenos de productores .....	181
<b>Gráfico 58:</b> Destino de la producción .....	181
<b>Gráfico 59:</b> Infraestructura en los cultivos .....	182
<b>Gráfico 60:</b> Percepción de problemas.....	182
<b>Gráfico 61:</b> Lugar de comercialización de productores .....	183
<b>Gráfico 62:</b> Percepción de pérdidas.....	183
<b>Gráfico 63:</b> Elementos de la feria.....	184
<b>Gráfico 64:</b> Productos mayormente comercializados .....	184
<b>Gráfico 65:</b> Ingresos productores.....	185
<b>Gráfico 66:</b> Promoción de productos.....	185
<b>Gráfico 67:</b> Venta bajo pedido .....	186
<b>Gráfico 68:</b> Nivel de producción para pedidos .....	186
<b>Gráfico 69:</b> Aceptación de insumos ecológicos.....	187
<b>Gráfico 70:</b> Campañas para difusión de la feria .....	187
<b>Gráfico 71:</b> Nivel de participación en difusión de producción agroecológica .....	188
<b>Gráfico 72:</b> Capacitación para fomentar la comercialización.....	188
<b>Gráfico 73:</b> Servicios y asesorías por parte de empresas públicas .....	189

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1:</b> Estructura orgánico por procesos EDEC EP .....	24
<b>Ilustración 2:</b> Estrategia Institucional EDEC EP .....	25
<b>Ilustración 3:</b> Logotipo del proyecto de agroecología y soberanía alimentaria .....	30
<b>Ilustración 4:</b> Iglesia de Cristo Rey de Cullca .....	40
<b>Ilustración 5:</b> Pirámide Cristo Rey .....	41
<b>Ilustración 6:</b> Catacumbas en Cristo Rey .....	41
<b>Ilustración 7:</b> Mapa de la Parroquia Bellavista .....	42
<b>Ilustración 8:</b> Logotipo y slogan de la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	87
<b>Ilustración 9:</b> Macro localización del proyecto .....	90
<b>Ilustración 10:</b> Micro localización del proyecto .....	92
<b>Ilustración 11:</b> Layout de la Feria Agroecológica .....	94
<b>Ilustración 12:</b> Organigrama Feria Agroecológica Cristo Rey .....	104



<b>Ilustración 13:</b> Propuesta de publicidad.....	157
<b>Ilustración 14:</b> Propuesta de folletos .....	158

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1:</b> Productos Agroecológicos .....	131
<b>Anexo 2:</b> Encuesta aplicada en la Feria Agroecológica el Vergel .....	132
<b>Anexo 3:</b> Tabulación encuesta a consumidores (Feria Agroecológica el Vergel).....	133
<b>Anexo 4:</b> Diseño de Encuesta - Consumidores.....	135
<b>Anexo 5:</b> Tabulación de encuesta a consumidores .....	137
<b>Anexo 6:</b> Matriz de porcentajes de participación de mercado .....	154
<b>Anexo 7:</b> Precios de productos agroecológicos .....	154
<b>Anexo 8:</b> Banner y folleto propuesto en promoción y publicidad.....	157
<b>Anexo 9:</b> Plan de medios .....	158
<b>Anexo 10:</b> Matriz de valoración del espacio.....	159
<b>Anexo 11:</b> Hoja de Ruta .....	161
<b>Anexo 12:</b> Formato para elaborar el plan de contingencias para eventos de concentración masiva de personas en espacios abiertos o cerrados .....	163
<b>Anexo 13:</b> Formato de conocimiento del evento .....	169
<b>Anexo 14:</b> Formato de colaboración de eventos .....	170
<b>Anexo 15:</b> Diseño encuesta a productores.....	171
<b>Anexo 16:</b> Fortalecimiento de la producción agroecológica .....	174
<b>Anexo 17:</b> Costos mensuales por asociación .....	175
<b>Anexo 18:</b> Ingresos mensuales y anuales.....	176
<b>Anexo 19:</b> Estimaciones para la proyección del flujo .....	177
<b>Anexo 20:</b> Tipo de producto o servicio de cada asociación .....	178
<b>Anexo 21:</b> Tabulación de encuesta a productores.....	179
<b>Anexo 22:</b> Entrevista a coordinadora de la Red Agroecológica del Austro.....	190
<b>Anexo 23:</b> Ficha de calificación de fincas agroecológicas.....	194
<b>Anexo 24:</b> Fotos de la Feria Agroecológica de Cristo Rey .....	196
<b>Anexo 25:</b> Protocolo aprobado .....	197



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Silvia Andrea Villa Villa en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Estudio del desarrollo y funcionamiento de una feria agroecológica en el sector Cristo Rey - parroquia Bellavista, que forma parte del Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, EDEC EP", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 19 de junio de 2019

---

Silvia Andrea Villa Villa

C.I: 0105797260



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Valeria Azucena Zapatan Narváez, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Estudio del desarrollo y funcionamiento de una feria agroecológica en el sector Cristo Rey - parroquia Bellavista, que forma parte del Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, EDEC EP", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 19 de junio de 2019

Valeria Azucena Zapatan Narváez

C.I: 0106627276



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Silvia Andrea Villa Villa, autora del trabajo de titulación "Estudio del desarrollo y funcionamiento de una feria agroecológica en el sector Cristo Rey - parroquia Bellavista, que forma parte del Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, EDEC EP", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 19 de junio de 2019

---

Silvia Andrea Villa Villa

C.I: 0105797260



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Valeria Azucena Zapatan Narváez autora del trabajo de titulación "Estudio del desarrollo y funcionamiento de una feria agroecológica en el sector Cristo Rey - parroquia Bellavista, que forma parte del Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria de la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, EDEC EP", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 19 de junio de 2019

Valeria Azucena Zapatan Narváez

C.I: 0106627276





## ABREVIATURAS

- RAA:** Red Agroecológica del Austro
- LOEPS:** Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria
- EDEC EP:** Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca
- GAD:** Gobierno Autónomo Descentralizado
- ONG:** Organización no Gubernamental
- OGM:** Organismo genéticamente modificado
- SPG:** Sistema Participativo de Garantía
- LORSA:** Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria
- SENPLADES:** Secretaría General de Planificación y Desarrollo
- PDOT:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
- IESP:** Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria
- CEA:** Coordinadora Ecuatoriana de Agroecología
- PAU:** Programa de Agricultura Urbana
- CEDIR:** Centro de Desarrollo de Investigación Rural
- AVSF:** Agronomes & Vétérinaires Sans Frontières
- FEM:** Fundación Ecológica Mazán
- CSA:** Agricultura de Apoyada por la Comunidad
- CTP:** Certificaciones de tercera parte
- WFTO:** Organización Mundial del Comercio Justo
- INDAP:** Instituto de Desarrollo Agropecuario (Chile)
- CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe
- UNC:** Universidad Nacional de Córdoba( Argentina)
- UPA:** Unidades de Producción Agropecuaria
- BCE:** Banco Central del Ecuador
- BEDE:** Banco del Estado
- BNF:** Banco Nacional de Fomento
- CFN:** Corporación Financiera Nacional
- BIESS:** Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social



Universidad de Cuenca

**INEC:** Instituto Nacional de estadísticas y Censos

**ESPAC:** Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua

**TCP:** Tasa de Crecimiento Poblacional

**VAN:** Valor Actual Neto

**TIR:** Tasa Interna de Retorno

**EPS:** Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

**HEIFER:** Fundación Heifer Internacional

**FAO:** The Food and Agriculture Organization





## AGRADECIMIENTO

*Al cumplir con esta meta quiero agradecer de la manera más sincera a todos esas personas, quienes contribuyeron a realización de este trabajo de titulación.*

*En primer lugar agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y el entendimiento para no renunciar en esos momentos de crisis, las cosas pasan cuando tiene que pasar y ahora lo sé.*

*Agradezco a la Señora Bélgica Jiménez por la ayuda para la realización nuestro trabajo de titulación.*

*Al Economista Andrés Maldonado quien contribuyo de cierta manera a cumplir esta meta.*

*A todas las personas quienes directa e indirectamente contribuyeron a lograr conseguir la meta de ser un profesional.*

*Gracias a todos.*

*Andrea*



## AGRADECIMIENTO

*A Dios por ser el refugio y guía en este camino, por brindarme fortaleza y sabiduría en el alcance de mis metas y sueños.*

*A mi hermano Rubén Andrés quien con el ejemplo me enseñó que las adversidades de la vida no son excusas para detenerse y siempre seguir adelante.*

*A la empresa EDEC EP y sus integrantes por la apertura para la realización de este trabajo de titulación y las facilidades brindadas.*

*A Tatiana Rodríguez y Kamila Torres quienes apoyaron con sus conocimientos, y permitieron acercarnos a la agroecología local.*

*A todos quienes formaron parte de esta etapa de formación profesional y fueron apoyo en la culminación de esta meta.*

*¡Muchas Gracias!*

*Valeria*



## DEDICATORIA

*“El fin último de la agricultura no es la producción de alimentos sino el cultivo y perfeccionamiento de los seres humanos”*

*Masanobu Fukuoka  
Agricultor, campesino, autor*

*A Dios, quien ha sido mi soporte en los momentos duros en mi vida academia.*

*A mi madre y hermana, Silvia y Maribel, quienes no dejaron de confiar en mí, siempre ayudándome y apoyándome para conseguir llegar a ser una profesional.*

*A todos las familias campesinas que trabajan incansablemente, con sudor y mucha dedicación para brindarnos alimentos sanos y frescos, gracias por todo su esfuerzo y dedicación.*

*A las personas y organizaciones, que trabajan por el cuidado y bienestar del medio ambiente, no renuncien a sus ideales hay muchos seres vivos que se los vamos agradecer.*

*Andrea*



## DEDICATORIA

*A Dios quien ha guiado cada uno de mis pasos.*

*A mi hermano Rúben Andrés quien fue apoyo fundamental en el logro de esta meta.*

*A los productores agroecológicos, dedicado de forma muy especial, quienes encontraron, no solo una actividad económica, si no que a la vez, esta presente su preocupacion por la salud y naturaleza, defendiendo la autonomía y el conocimiento ancestral de los pueblos, que gracias a la realización de este proyecto comprendí el arduo trabajo que realizan, mi respeto y admiración a su labor.*

*A todos quienes apoyaron y permitieron terminar este trabajo.*

*Valeria*



## INTRODUCCIÓN

La agricultura convencional está sustentada en un modelo de agroindustria, que ha venido desarrollando desde años atrás con la llamada Revolución Verde, caracterizada por el uso de monocultivos. Además del manejo de semillas, que necesitaban de abonos químicos y fertilizantes tóxicos para su cultivo, ha llevado a una crisis agroalimentaria, derivando en diversos problemas como la presencia de enfermedades, relacionadas directamente a temas alimentarios. También problemas relacionados directamente con el cambio climático, la erosión de los suelos y la pobreza rural, ocasionando el abandono de las actividades agrícolas.

La agroecología surge desde la década de los noventa como una alternativa que permita alcanzar la soberanía alimentaria, contemplando diversos principios en favor de la sociedad, rescatando así su importancia y la creación de espacios de comercialización para los pequeños productores, así mismo empresas públicas promueven y apoyan a las comunidades rurales creando proyectos que contribuyan al desarrollo local, tal es el caso de las ferias agroecológicas.

En este contexto, el estudio se ha estructurado en 5 capítulos, partiendo de un diagnóstico de la situación actual del problema capítulo uno, posteriormente en el capítulo dos se conoce antecedentes de ferias agroecológicas y marco teórico de referencia lo que servirá de base para el capítulo tres el cual ayudará a determinar la viabilidad de la implementación de la feria.

En el capítulo cuatro se ha propuesto un plan estratégico con el objetivo de apoyar la operatividad. Finalmente en el capítulo cinco se detallan los resultados, recomendaciones y conclusiones a las que se llegaron en la realización del proyecto.



## **CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA**

### **1.1 Información general de la empresa EDEC EP**

La Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico EDEC EP, nace en el año 2010, mediante la ordenanza de constitución, organización, y funcionamiento, aprobado el 11 de noviembre del mismo año. En la cual, se establece dentro de sus objetivos corporativos la participación activa en la construcción de un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo de medios de producción y generación de trabajo digno y estable, además de crear infraestructura y servicios complementarios que faciliten la óptima operación de unidades empresariales, contribuyendo al adecuado uso del suelo y ordenamiento territorial de Cuenca, en observancia de la normativa de planificación municipales.

La Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico EDEC EP, nace de la necesidad de producir cambios en la vida de los ciudadanos que habitan en Cuenca, convirtiéndolos en sujetos activos que ejercen sus propias opciones de calidad de vida, a través de la incorporación de un organismo que funcione como actor principal del desarrollo local, enfocado a la actividad económica, al crecimiento productivo y a las necesidades de los emprendedores. (EDEC EP, 2016)

Dentro del plan estratégico 2013 - 2020 de la empresa EDEC EP, se enmarcan estrategias de gobierno central, Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida, del gobierno seccional, Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial del cantón Cuenca y del gobierno local, Plan de Gobierno Local, pretendiendo cumplir acciones dirigidas a fortalecer el desarrollo socioeconómico de la ciudad con proyectos de gran importancia.



Universidad de Cuenca

### **1.1.1 Misión, Visión y Valores Institucionales.**

#### **Misión**

“Gestionar oportunidades de emprendimientos sostenibles y sustentables que dinamicen la economía del cantón Cuenca para bienestar de sus ciudadanos” (EDEC EP, 2018)

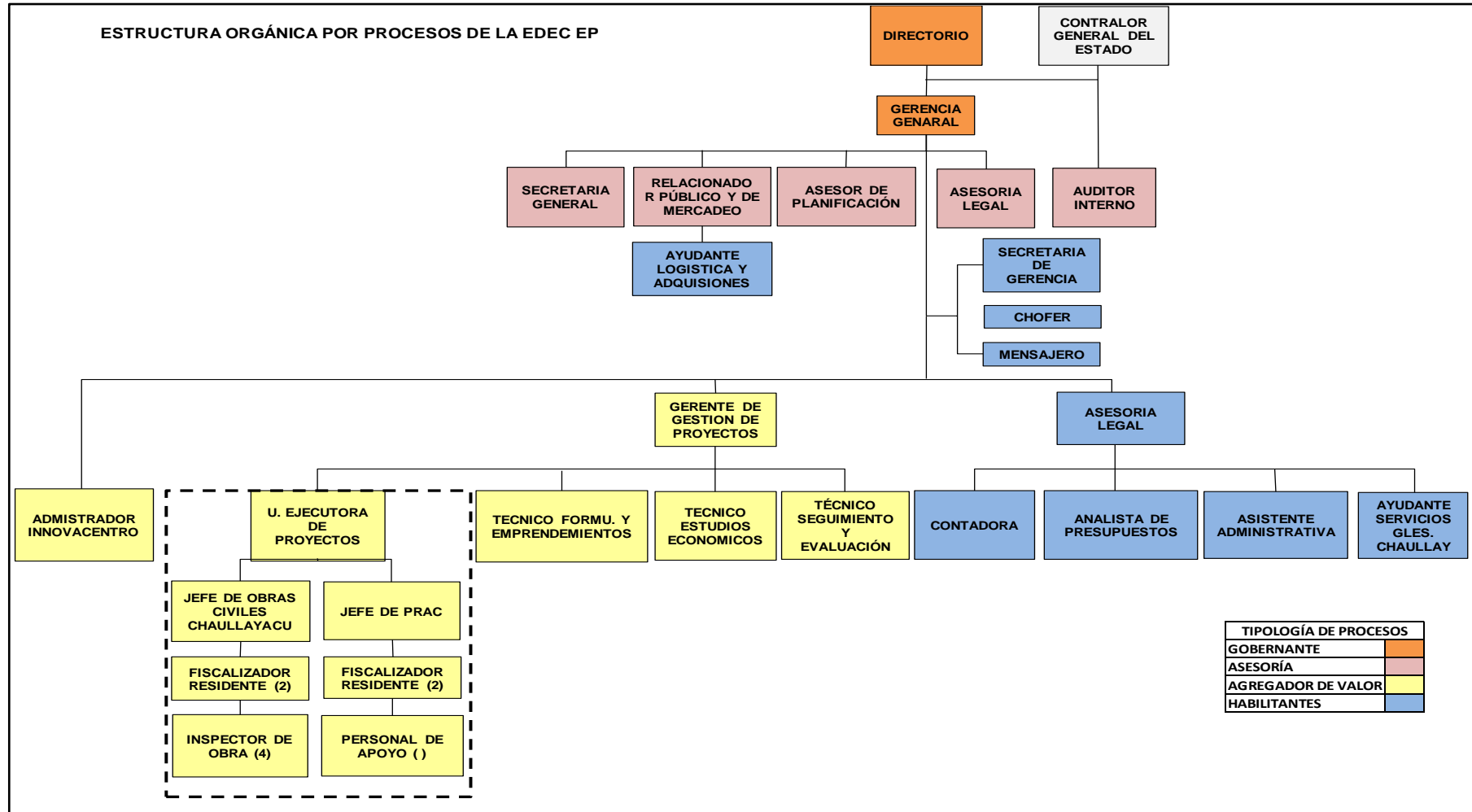
#### **Visión**

“Ser una empresa pública reconocida con un modelo de gestión competitiva y solidaria que vincula lo social y ambiental al desarrollo económico de Cuenca y del país” (EDEC EP, 2018)

#### **Valores**

“Trabajo en equipo, comprometido al servicio de la ciudadanía, con eficiencia, eficacia y transparencia en su accionar” (EDEC EP, 2018)

**Ilustración 1: Estructura orgánico por procesos EDEC EP**



Fuente: (EDEC EP, 2018)

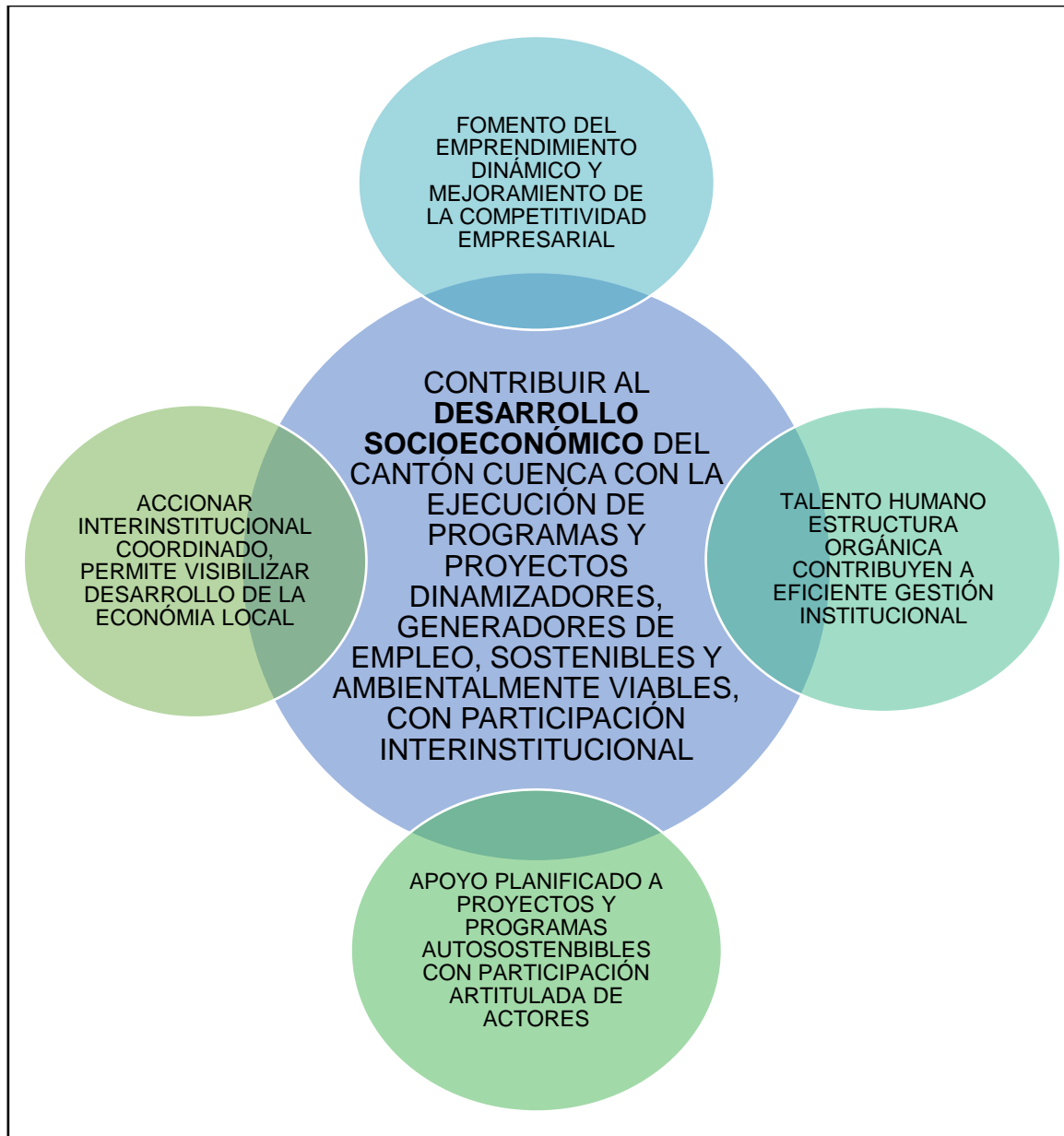




### 1.1.2 Estrategia institucional

Los programas y proyectos impulsores del desarrollo económico de la ciudad de Cuenca, están vinculadas con la estrategia institucional de la empresa EDEC EP, las cuales están formuladas en las siguientes perspectivas.

**Ilustración 2:** Estrategia Institucional EDEC EP



**Fuente:** (EDEC EP, 2018)



## Universidad de Cuenca

Con el propósito de dar cumplimiento al plan estratégico institucional la empresa desarrolla el Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria llevado a cabo por la empresa EDEC EP, dentro del área de planificación y proyectos, se realizan actividades que aporten al desarrollo económico de la ciudad de Cuenca, tales como: emprendimiento, agroturismo, agroecología, capacitaciones, financiamiento entre otros, buscando la articulación con el mapa estratégico corporativo, que tiene como objetivo el desarrollo económico territorial con énfasis en los actores de la economía popular y solidaria EPS, mediante programas de creación y fortalecimiento de cadenas valor, favoreciendo a los productores agroecológicos.

**Tabla 1:** Principales proyectos de la EDEC EP 2018

<b>Tipo (Programa, proyecto)</b>	<b>Nombre del programa, proyecto</b>	<b>Objetivos estratégicos</b>
Proyecto	Modelo De Reconversión De La Actividad Económica De Pequeños Emprendedores	Reestructurar el modelo de negocio de comerciantes informales a través de la generación de propuestas de valor estandarizadas hacia nuevos nichos de mercado.
Proyecto	Gestión Artesanal	Dotar de herramientas de gestión artesanos permitiendo mejorar en sus negocios.
Proyecto	Programa De Emprendimiento A Sectores Vulnerables	Elaborar Programas de educación y fortalecimiento del emprendimiento en sectores sociales y Populares (Sectores Vulnerables de la Sociedad).
Proyecto	Proyecto De Agroecología Y Soberanía Alimentaria	Fortalecer la economía familiar y campesina, el derecho ciudadano a un alimento soberano, por medio de fundamentos de agroecología, soberanía alimentaria y diálogo de saberes.
Proyecto	Centro De Fomento Productivo e Innovador De La Madera Y El Mueble.	Generar servicios tecnológicos para el austro del país, dirigidos al sector de la madera y el mueble, para propender a la mejora de la productividad y competitividad de la MIPYMES de la madera y el mueble.

**Fuente:** (EDEC EP, 2018)



## 1.2 Antecedentes y datos del proyecto

### 1.2.1 Agroecología en Ecuador

El observatorio del cambio rural coordinado por el instituto de estudios ecuatorianos, indica que la agricultura tradicional ha inducido a grandes cambios debido a la desigualdad en la posesión de tierras y la carencia de medios de producción necesarios para acceder a insumos, por lo cual ha sido esencial dar relevancia al aporte del bienestar y equilibrio ecológico que brinda la correcta aplicación de conocimientos indígenas y tradicionales en la agricultura, difundiendo así prácticas agroecológicas apropiadas para favorecer la economía campesina y el bienestar social.

De tal forma en el Ecuador, el proceso histórico de la agroecología ha pasado por diferentes momentos, permitiéndole expandirse a nivel nacional, ya que esta se originó en el austro ecuatoriano. A continuación, se resume el desarrollo que ha tenido la agroecología en el Ecuador.

**Tabla 2:** Fases de la construcción de la agroecología ecuatoriana.

Primer momento: constitución, debate de principios y orientaciones fundamentales (1960-1990)	En la década de los 80 se vive un proceso de expansión de modelos de agricultura industrial, de manera que se hacía urgente realizar propuestas agroecológicas viables y concretas, promovidas especialmente por pocas organizaciones no gubernamentales y profesionales, siempre en diálogo con los indígenas y campesinos, promoviendo la integración de la agricultura ancestral.
Segundo momento: la evolución del paradigma agroecológico (1990-1996)	En este periodo ocurren varios hechos históricos, donde se direcciona a la agroecología al tema político y social, ocasionado por los grandes cuestionamientos surgidos por los problemas generados por la Revolución Verde, incorporándose durante estos mismos años el tema de soberanía alimentaria.
Tercer momento: Dinamización del movimiento agroecológico y su perspectiva multidimensional en el marco de la Soberanía alimentaria (1996- 2006)	Se difunde la propuesta de la agroecología, “la soberanía ya se entiende como derecho de los pueblos a controlar su sistema agroalimentario; es decir, la capacidad plena sobre el qué, cómo y cuándo producir y consumir”. Igualmente se puede evidenciar el crecimiento de canales directos de comercialización, es decir productor- consumidor.



Periodo reciente: implicación política, expansión y profundización. El desafío histórico del movimiento agroecológico ecuatoriano (2006-2015)	“La Agroecología toma un valor estratégico, porque implica un camino de liberación hacia el verdadero desarrollo y aporta a la consecución del Sumak Kawsay”. En virtud de ello, se constituye un Colectivo Agroecológico del Ecuador que se integra al trabajo de los movimientos campesinos y posteriormente a la formulación de la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria (LORSA).
---	--

**Fuente:** (Intriago & Gortaire Amézcuca, 2016)

**Elaborado por:** Las autoras

### 1.2.2 Red Agroecológica del Austro

En el austro ecuatoriano varias organizaciones e instituciones desarrollan diferentes propuestas agroecológicas, tal como lo hace la Red Agroecológica del Austro RAA, la cual se conformó en agosto del 2003, con el fin de promover y extender la corriente agroecología, transmitiendo a los consumidores el beneficio que representa, buscando mejorar la calidad de vida de las personas. Del mismo modo tiene objetivo apoyar a los pequeños productores que permitan garantizar el consumo y comercialización de productos agroecológicos (Ver Anexo 1), contribuyendo a la salud y seguridad alimentaria “...para lo que se define 5 ejes de trabajo: fortalecimiento organizativo, incidencia en políticas públicas, comercialización y acceso a mercados locales, sistema de garantía local y acceso al mercado nacional, desarrollándose en cada eje propuestas específicas” (CEDIR- AVSF-FEM, 2010, pág. 13).

La Red Agroecológica del Austro pretende defender los principios de agroecología, por lo que realizan foros y asambleas entre otras actividades, buscando la valorización y visualización del trabajo realizado.

En el momento actual y por la experiencia acumulada la Red Agroecológica del Austro es un referente e importante interlocutor en la construcción de normativas y políticas públicas nacionales para la producción agroecológica así como también numerosas iniciativas territoriales que crecieron e interactuaron entre lo local y regional, entre la dinámica de la acción concreta y la reflexión que la RAA promovió. (CEDIR- AVSF-FEM, 2010, pág. 14)

Mediante entrevista realizada a la Msg. Kamila Torres señala que la RAA tiene una experiencia de 20 años y está compuesta por 23 organizaciones de base,



## Universidad de Cuenca

repartidas en el territorio del austro, integrándose para articular a las mimas, llegando a tener alrededor de hasta 20 familias, representando un total de cientos de personas dentro de esta gran organización que es la RAA. Además, están representados por dirigentes quienes buscan promover el diálogo, considerando las necesidades de cada una de las organizaciones en la defensa de la soberanía alimentaria.

**Tabla 3:** Objetivos y ámbito de aplicación de la RAA.

<b>Sistema</b>	<b>Objetivos/finalidades</b>	<b>Ámbito de aplicación</b>
Red Agroecológica del Austro, RAA	Promover la agroecología. Garantizar la calidad agroecológica de los productos. Fortalecer la organización de los productores. Aportar en la soberanía alimentaria de las familias y la localidad.	Familias de pequeños productores organizados de Azuay, Cañar y Morona Santiago.  Aplicación en: producción, transformación, almacenamiento, transporte, comercialización.

**Fuente:** (HEIFER, 2014, pág. 64)

### 1.2.3 La agroecología y la soberanía alimentaria

La agroecología se acopla con la propuesta de la soberanía alimentaria, pues se entiende como “el manejo ecológico de los recursos naturales a través de formas de acción social colectiva para el establecimiento de sistemas de control participativo y democrático, en los ámbitos de la producción y circulación de alimento” (Sevilla Guzmán, 2010, pág. 2). La agricultura industrial debido a su expansión ha desplazado a la agricultura campesina, por consiguiente la agroecología representa una respuesta a este desafío, dando origen a circuitos cortos de comercialización que viabilizan la producción campesina agroecológica resaltando la presencia de trabajo de años, así como, consolidando asociaciones y redes agroecológicas.



## Universidad de Cuenca

En cuanto a lo anteriormente señalado la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, establece dentro de sus planes y programas de ejecución, desarrollar el Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria en lineamiento con su estrategia institucional y con base en el concepto establecido en el proyecto.

### 1.3 Proyecto de agroecología y soberanía alimentaria de la Empresa EDEC EP.

**Ilustración 3:** Logotipo del proyecto de agroecología y soberanía alimentaria



La EDED EP en el marco de su competencia para fomentar el desarrollo económico local, tiene como objetivo impulsar a los sectores industrial, artesanal, turístico y agropecuario del cantón de Cuenca, por lo cual a través de su Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria, busca “fortalecer la economía familiar y campesina, el derecho ciudadano al acceso a un alimento soberano, por medio de fundamentos de agroecología y soberanía alimentaria; impulsa el fomento de saberes tradicionales y ancestrales alimentarios, para promover el consumo consiente de productos agrícolas” (EDEC EP, 2018).

Además, tiene como meta alcanzar que 200 productores/as campesinos/as agroecológicos/as oferten producción de calidad a la ciudadanía de forma organizada. También, buscar que cuatro barrios urbanos de la ciudad realicen producción urbana, del mismo modo, implementar ferias agroecológicas funcionales en condiciones dignas, orientadas al servicio de la ciudad, al igual que, cuatro parroquias periurbanas y rurales del cantón estén organizadas para prestar servicios turísticos, todo esto con un presupuesto programado de 35.970 dólares para el año 2018.

Es fundamental enfatizar que dentro del impacto de cada una de las dimensiones de la agroecología (ambiental, social, económica, política), se encuentran importantes principios que ayudan a dar impulso a la economía

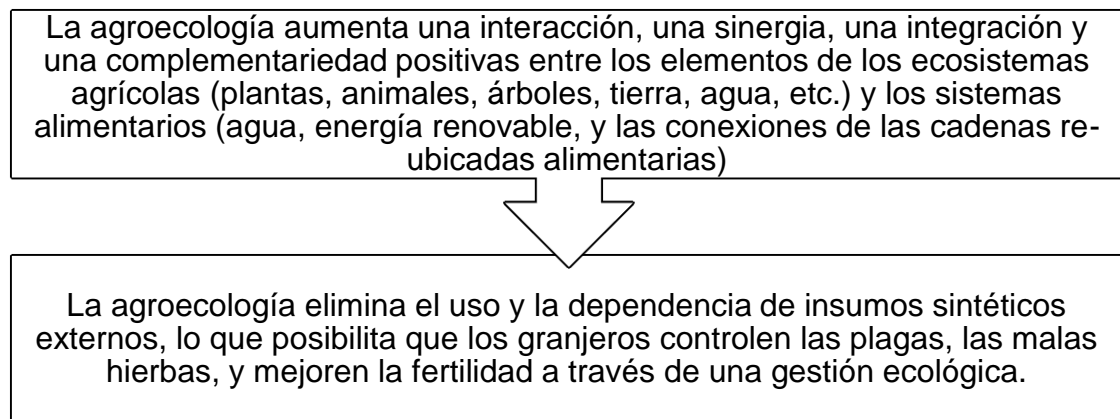


## Universidad de Cuenca

popular y solidaria, buscando afrontar múltiples desafíos que se puedan presentar, como acceder a recursos productivos (tierra agua, semillas), así como, aumentar la resiliencia <sup>1</sup> ambiental por parte de los productores para que puedan ofrecer alimentos sanos de manera que se garantice el derecho y la seguridad alimentaria.

En lo que se refiere al contexto ambiental la agroecología facilita la creación de sistemas independientes y no contaminantes, alrededor de un de trabajo seguro y sano para los campesinos, proporcionando alimentos saludables y nutritivos. Esto se puede sustentar a través de las siguientes dimensiones.

### Dimensión Ambiental de la Agroecología



**Fuente:** (CIDSE, 2018, pág. 6)

La perspectiva social de la agroecología se define como la identidad cultural de los campesinos apoyando a la relación que existe entre consumidor y vendedor, abasteciendo de alimentos saludables para ambas partes. Además, como movimiento la agroecología, busca fortalecer el rol de las mujeres en la producción agrícola, afirmando sus derechos y habilidades, reconociendo de esta manera la importante participación que tienen las mujeres en esta área.

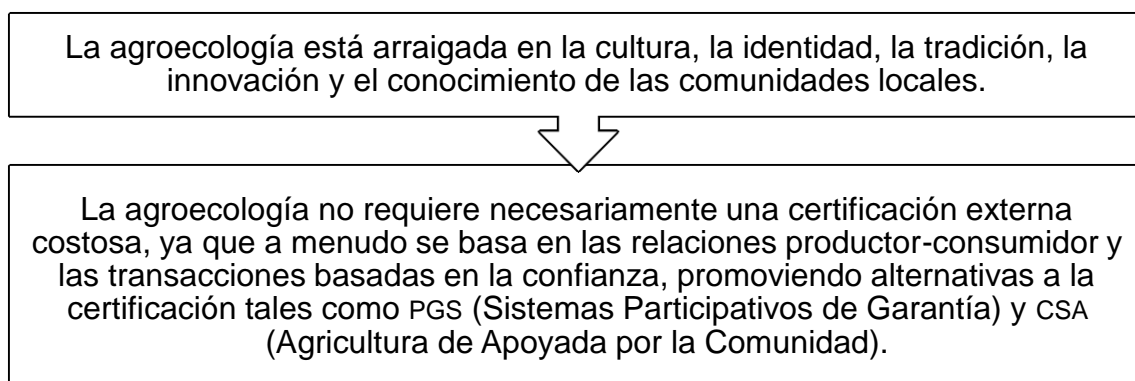
---

<sup>1</sup> **Resiliencia:** La RAE define como la capacidad de un material, mecanismo o sistema para recuperar su estado inicial cuando ha cesado la perturbación a la que había estado sometida.





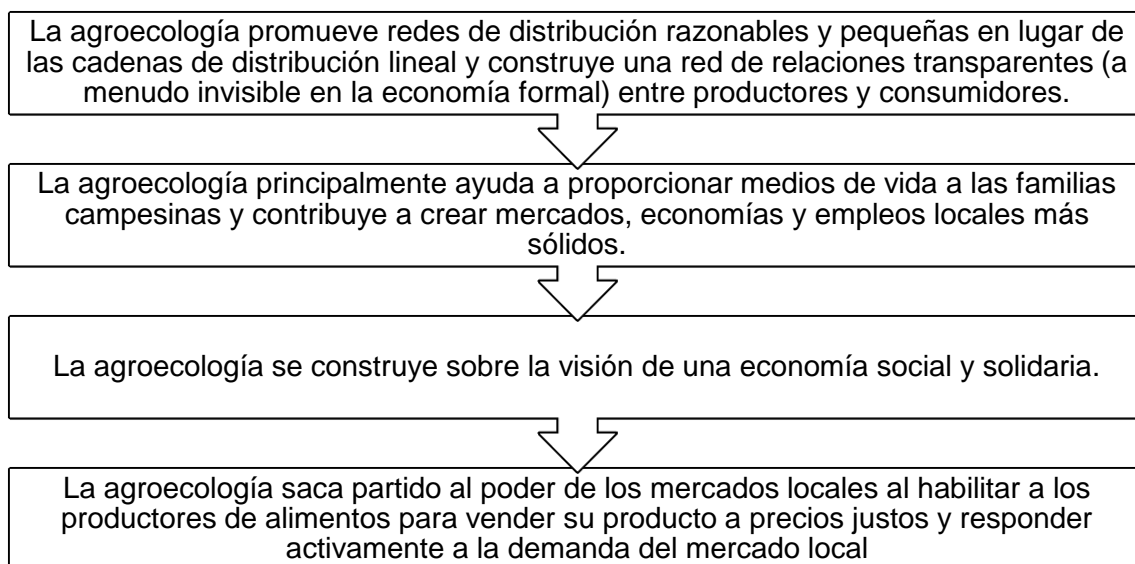
## Dimensión Social y Cultural de la Agroecología



**Fuente:** (CIDSE, 2018, pág. 7)

En el contexto económico la agroecología tiene la capacidad de dar impulso a la economía local, contribuyendo de esta manera la disminución del comercio internacional, el cual es un impacto negativo en la vida de los pequeños productores de alimentos, ya que al transformarse la actividad campesina, están menos propensos a riesgos tales como la volatilidad de precios y pérdidas causadas por situaciones climáticas.

## Dimensión Económica de la Agroecología

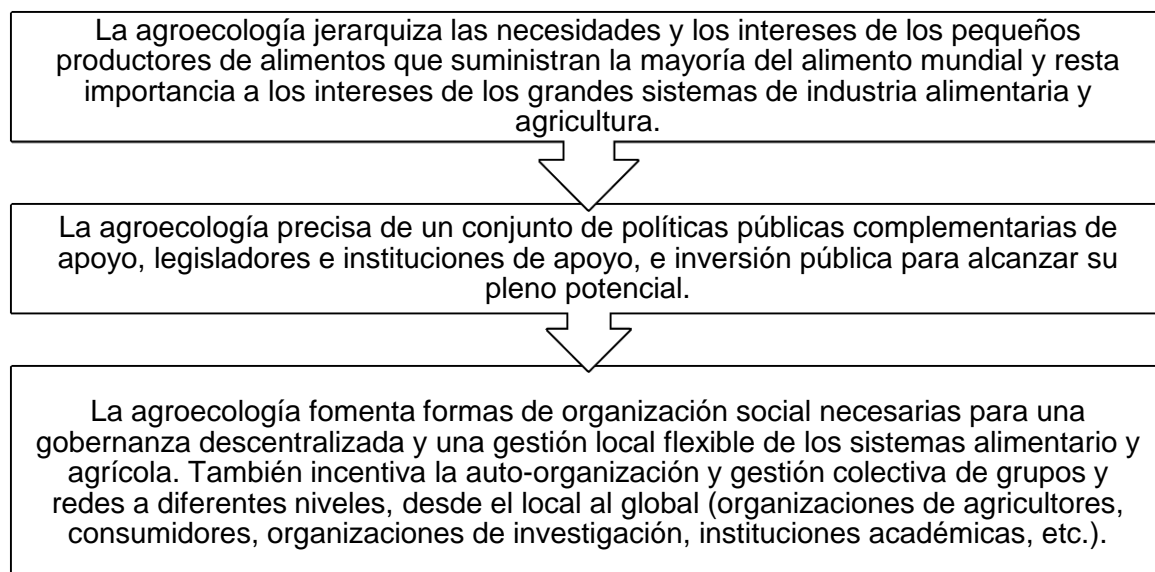


**Fuente:** (CIDSE, 2018, pág. 8)

En el ámbito político la agroecología se atribuye a una práctica de soberanía alimentaria, impulsando a los productores a conocer más acerca de los procesos y decisiones que los afectan en la realización de sus labores diarias.



### Dimensión Política de la Agroecología



**Fuente:** (CIDSE, 2018, pág. 9)

En definitiva, se puede decir que la agroecología proporciona fuentes de trabajo e ingresos a los campesinos, lo que constituye una alternativa económica sostenible, siendo un ejemplo las ferias agroecológicas, las cuales, representa un mecanismo para el abastecimiento del mercado local, contribuyendo al fortalecimiento de la economía campesina y seguridad alimentaria. En sustento a los conceptos anteriormente indicados, se describen cada uno de los ejes del proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria

#### 1.3.1 Ejes de ejecución

##### Comité de “Garantía de Producción Agroecológica de cantón Cuenca”

El comité se integra con las asociaciones campesinas quienes se involucran con la RAA, que desde varios años atrás han formado un proceso sistemático y organizado de inspecciones a las fincas de los productores agroecológicos para asegurar la seguridad alimentaria.



En lo que se refiere a huertos urbanos, la empresa EDEC EP, reconsidera un nuevo enfoque en la planificación y urbanismo del cantón, proponiendo la creación de espacios verdes, el cual representa una oportunidad para alimentar y conectar a sociedades enteras, tomando en cuenta experiencias pioneras en resiliencia ambiental, económica y social, promoviendo ejercicios sostenibles y responsables con el medio ambiente. Esto se puede reflejar en lo expuesto por (FERNANDEZ SANTAMARIA, 2017) definiendo huertos urbanos como:

Los huertos urbanos son una manifestación territorial de, por una lado, necesidades insatisfechas y, por otro, un cambio en la ideología y en la concepción del medio natural. La población es mucho más consciente de la necesidad de un cambio en el modelo agroalimentario urbano orientado a la agricultura de proximidad, tradicional, familiar y de productos locales y sanos. (pág. 76)

Por ello, en el año 2017 la EDEC EP ha implementado huertos urbanos en casas comunales, parques, terrenos baldíos y escuelas. Técnicos del proyecto determinaron que las personas beneficiarias del Proyecto de forma directa son 50 pobladores de cinco parroquias urbanas de Cuenca (El Vecino, Yanuncay, Bellavista, Huayna Capac y Cañaribamba), que pertenecen a familias con un mínimo de 3 miembros, y el 80% de mujeres liderando los proyectos, además adultos mayores y jóvenes, dando un total de 150 personas.

Se dará acompañamiento a los huertos ya implementados, y se trabajará con las parroquias de Machángara y Hermano Miguel.

### **Agroturismo**

En lo concerniente a este eje se busca la revalorización y visualización de los derechos indígenas y campesinos, por medio de actividades turísticas que consiste en realizar recorridos por el campo e instalaciones para conocer, aprender y vivir una experiencia con las distintas actividades que se pueden realizar. Tales como ceremonias ancestrales, limpiezas curativas, paseos por los huertos agroecológicos y a la vez observar la vida de los campesinos en relación a la crianza de animales menores.



El proyecto se desarrolla en las comunidades de Quingeo, Río Blanco, Sayausi y Narancay Alto, con el objetivo de capacitar en temáticas de hospitalidad; emergencias médicas; gastronomía e inglés; diseño de una cartera de productos turísticos. (EDEC EP, 2018)

Los beneficiarios directos del Agroturismo suman un número de 120 personas, que aportarán a la economía campesina, con familias estructuradas por al menos 4 miembros, dando un total de 480 beneficiarios.

### **Comercialización de Productos Agroecológicos**

Este eje representa un proceso importante, pues está ligado fuertemente a la economía popular y solidaria, apoyando el sector campesino que sostiene sistemas agroecológicos como modo de producción y vida. Asegura canales directos de comercialización, que generalmente se vinculan con circuitos alternativos para la venta, democratizando el espacio público con la inclusión del sector de la economía solidaria, con la oferta directa (del productor al consumidor) de alimentos sanos, seguros, soberanos, impulsando la economía campesina y el cuidado de la naturaleza (agua, suelo, vegetación natural, agro biodiversidad).

Según (EDEC EP, 2018), en el año 2017 se implementaron dos ferias agroecológicas de carácter permanente en Capulispamba (Carmen de Sidcay) y El Vergel (La Plaza del Herrero), con un número de beneficiarios y beneficiarias directas de 30 personas cabeza de hogar por organización (36 organizaciones) que comercializan de forma asociativa, con un total de 1080 productores. Beneficiarios y beneficiarias indirectas 300 usuarios mensuales, con un número de 4 miembros por familia, dando una totalidad de 100 personas que acceden a un alimento soberano. En el siguiente cuadro se nombra cada una de las asociaciones campesinas que comercializan en las ferias agroecológicas.

**Tabla 4:** Asociaciones campesinas que comercializan en las ferias.

Red Agroecológica del Austro		
San Miguel de Rañas Red Mujeres	Kallpa Warmi	Mesa de desarrollo económico de Nabón (incluye comunas y organizaciones base)
Aso. Sigsig (incluye organizaciones de base)	Mushuk Pakarina Gualaceo	Hermano Miguel
San Juan Bautista Nabón	Quingeo Esperanza del Futuro	Remigio Crespo Aso. Productores
Jadán Jatari Warmi	Turi Nuevo Amanecer	Santa Isabel escuela de Agroecología
Tarqui Alli Tarpuna	Wayunkita	San Joaquín Yanuncay
Cañar Sumak Mikuna	Pequeñas Familias de Quingeo	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo
Asociación de Productores Agroecológicos del Azuay	Allpa Cruz	Nuevo amanecer Quingeo
Cristo del Consuelo	Rio Blanco	Comuna Illapamba
Sembrando Nuestra Cultura	Señor de los Milagros	Divino Niño de Quingeo
Familias Emprendedoras	Cristo del Consuelo Quingeo	Pillachiquir
Aso. Buen Vivir Quingeo	Nuevo Amanecer de Turapamba	Agrícola Familiar Laureles

**Fuente:** (EDEC EP, 2018)

**Elaborado por:** Las autoras

Es importante mencionar algunas instituciones de apoyo y sector organizado de la ciudad como lo son: El Programa de Agricultura Urbana PAU, Savia Roja, Centro de Desarrollo de Investigación Rural CEDIR, Coordinadora Ecuatoriana de Agroecología CEA, Comisión de Consumidores/as del Biocentro, Yasunidos Guapondelig y la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad de Cuenca.



## 1.4 Justificación e importancia

En la sierra Ecuatoriana existen comunidades campesinas que han demostrado gran capacidad organizativa, adoptando modelos agroecológicos como sistemas de producción y de vida, enriquecidos por la experiencia de sus ancestros, asociados al cultivo tradicional, sin embargo, actualmente han surgido varias limitaciones como: la desigual en el acceso a la tierra, así como los pocos incentivos que se dan a este sector, la falta de interés de la población joven en la actividad, han provocado problemas de competitividad en el mercado, a la vez que existen ventajas insuficientes para la comercialización de productos agroecológicos.

Vivimos una auténtica crisis agroalimentaria, no solo en el Ecuador, sino en el mundo. Existe un grave retroceso de la agricultura familiar campesina (que es la que nos ofrece el 75% de nuestros alimentos todos los días), de la diversidad y calidad alimentaria. (Gortaire, 2013)

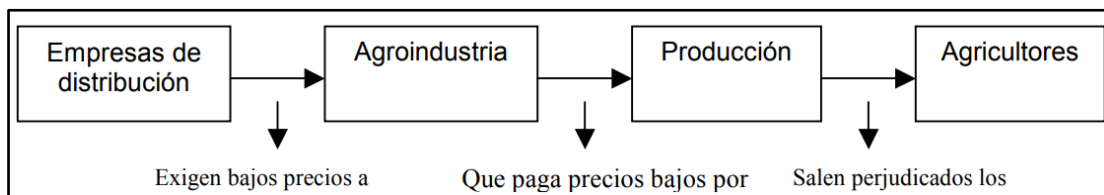
A partir de esto, el GAD de Cuenca se ha planteado la implementación de espacios públicos en el marco de un sistema de comercialización asociativa, como son las ferias agroecológicas las cuales motivan, promueven y organizan sistemáticamente la comercialización de productos agroecológicos en el cantón, extendiendo así la oferta y demanda de alimentos saludables, con la intención de desconcentrar los mercados convencionales, de manera que se pueda contribuir a la mejora de ingresos económicos de las familias campesinas, además crear un encuentro social entre el campo y la ciudad en el diálogo de los saberes y sostenimiento económico social.

Acorde con el punto de vista patrimonial, cabe señalar que han existido diferentes posturas sobre la conveniencia del uso de las plazas públicas, debido a esto es conveniente defender las ventajas del uso de estos espacios, pues las actividades no atentan a ninguno de los valores patrimoniales, permitiendo salvaguardar el uso social y la perspectiva que tienen los ciudadanos desde un enfoque patrimonial. En este sentido, “Las ferias se constituyen como el espacio de confluencia entre aquellos productores que deciden por sí mismo sobre qué producir y con qué técnicas y aquellos consumidores preocupados por su alimentación.” (Saal & Vega, 2015, pág. 48).

## 1.5 Problema Central

La globalización ha generado cambios en el modo de producción de la agricultura y la alimentación de las personas, creando prácticas de producción que van en contra del medio ambiente y restando importancia a la salud, provocando el surgimiento de alternativas de producción sostenibles, como lo es la agroecología. En el Ecuador existen diversas asociaciones que se dedican a la producción de este tipo de productos, quienes se ven obligados a competir con grandes empresas de distribución, además, los productores agroecológicos buscan no ser perjudicados con la presencia de intermediarios en la comercialización, surgiendo la necesidad de la implementación de canales cortos de comercialización permanentes. Como se observa en el siguiente gráfico:

**Gráfico 1:** Efectos de la Globalización en el Sistema Agroalimentario



**Fuente:** (Pérez Ibáñez, 2011, pág. 24)

En virtud de esto, empresas públicas han intervenido en favor del comercio justo mediante este tipo de canales. Tal es el caso de la Empresa Pública EDEC EP, que contempla en su Proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria, la implementación de ferias agroecológicas en la ciudad de Cuenca, apoyando de esta forma a la economía popular y solidaria. Dicha instauración debe basarse en un proceso de análisis, en la cual se debe considerar diversos factores, permitiendo una correcta implementación, así como crear estrategias adecuadas para asegurar la operatividad de dicha feria a lo largo del tiempo.

En el presente estudio se busca la implementación de una feria agroecológica en el sector de Cristo Rey parroquia Bellavista (Cuenca), teniendo como necesidad establecer la viabilidad y aceptación de la misma en el sector, así como conocer los factores y procesos necesarios para un correcto desarrollo



## Universidad de Cuenca

de actividades, permitiendo crear un espacio adecuado, el cual brinde a los productores y consumidores la oportunidad de obtener beneficios.

### 1.6 Objetivos

#### 1.6.1 Objetivo General

Diseñar un estudio para el desarrollo y funcionamiento de la feria agroecológica del sector de Cristo Rey, a partir de estrategias de mercadeo y gestión, para la correcta inserción y marcha de la misma.

#### 1.6.2 Objetivos específicos

- Proponer características y procedimientos, para implementación de la feria agroecológica en el sector Cristo Rey.
- Explicar la organización de las asociaciones agroecológicas con el fin de detallar la estructura de los productores a comercializar en esta feria.
- Desarrollar de forma participativa un plan estratégico, actividades e indicadores dirigidos para el fortalecimiento de la feria agroecológica.

### 1.7 Caracterización del área de estudio

Una vez definido los antecedentes del proyecto y la importancia, la empresa EDEC EP, en cumplimiento con lo propuesto mantuvo varias reuniones con el director de áreas históricas y patrimoniales, además de expertos en el tema, con el fin de encontrar lugares adecuados para la implementación de nuevas ferias, como son en la Plaza de las Artes y Cristo Rey, siendo este último lugar el área escogida para el desarrollo de la feria. La dirección de planificación del municipio y técnicos de la EDEC EP, realizaron un recorrido en el sector, manifestando que el lugar cuenta con los requerimientos para el establecimiento.

#### 1.7.1 Breve historia del sector

Es importante resaltar que la iglesia de Cristo Rey, lugar donde se acentuará la feria agroecológica, conforme a la revista Catacumbas de Cristo Rey de Cullca





## Universidad de Cuenca

se construyó a partir de esfuerzo y constancia. Su historia se remonta a la década de los años 30, terreno propiedad del sacerdote Eladio Morales, canónigo autor de la construcción de la Iglesia, en sus inicios lo único que conformaba el barrio era una casa propiedad del Sr. Victor Guillermo, lo que después sirvió para formación del barrio. A partir de esta casa se fueron construyendo las demás, formando el barrio de Cristo Rey de Cullca.

### **Ilustración 4:** Iglesia de Cristo Rey de Cullca



La devoción de las familias de Cullca hacia la veneración a la imagen de Cristo Rey hizo que se construyera un pequeño templo, con materiales adquiridos por clérigo quien fue pionero y encargado de levantar el templo de Cristo Rey. Al transcurrir los años se restauraron algunas partes de la iglesia, como también la iluminación del parque central, esto se realizó con fondos recaudados por fieles del sector. (Calderón, Chiquiguanga, Guachichullca, & Malla)

En 1932 se resuelve la construcción de un templo grande con el abastecimiento de hierro, madera y piedra, proporcionado por la comunidad de Cullca, finalizando con la colocación del techo en 1940. Esta iglesia representa un modelo arquitectónico al estilo romano en el cual se planea la construcción de una cúpula como parte de su remodelación.

La pirámide ubicada en Cristo Rey representa la parte norte de la ciudad de Cuenca, los cuatro emblemas de la ciudad, los cuatro evangelios y en la parte alta de la pirámide se encuentra la imagen de Cristo Rey de Cullca, rodeada de varios ángeles. (Calderón, Chiquiguanga, Guachichullca, & Malla)



### **Ilustración 5: Pirámide Cristo Rey**



Se rescata la cultura que representa el lugar con la presencia de catacumbas en la parte alta de la urbe durante trabajos de remodelación del parque se encontró la nave central de la iglesia que quedó enterrada tras el terremoto ocurrido en los años 40.

### **Ilustración 6: Catacumbas en Cristo Rey**



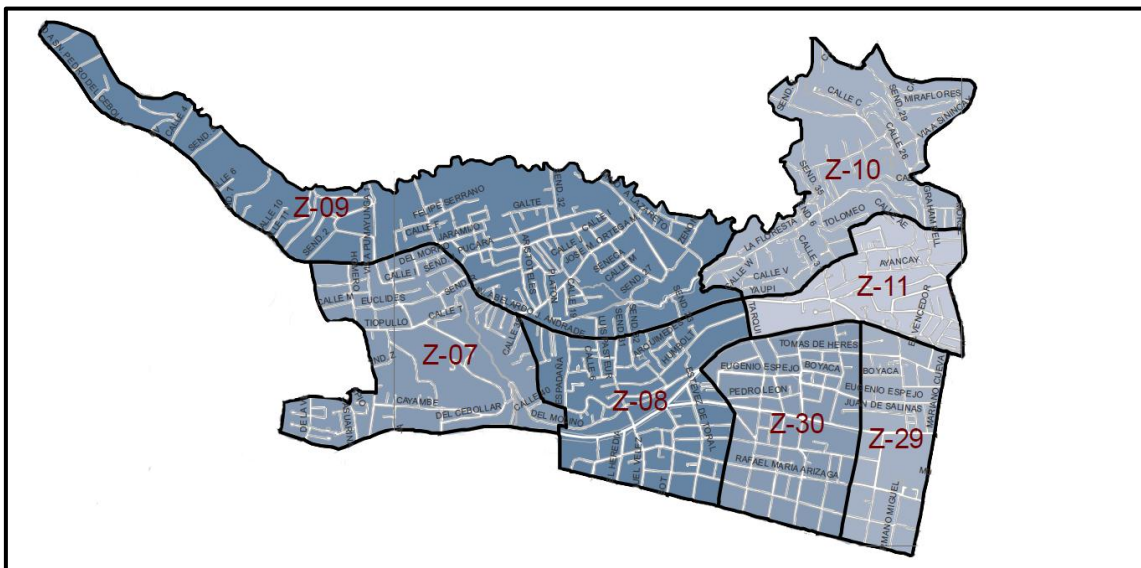
## **1.7.2 Ubicación Geografía**

Según la ordenanza número 74 Art. 6o de división de las parroquias de la ciudad de Cuenca, la parroquia Bellavista tiene las siguientes limitaciones:

Art. 6o.- La Parroquia BELLA VISTA, tiene la siguiente delimitación: parte desde la prolongación norte de la avenida del Chofer y su intersección con el Límite Urbano en sentido oriental por los Límites Urbanos hasta interceptar con la vereda occidental de la avenida Miraflores; desde este punto en dirección sur sigue por la vereda occidental de la avenida Miraflores hasta su encuentro con la vereda norte de la avenida Circunvalación, y realizando un giro en sentido

occidental, conecta con la prolongación de la vereda occidental de la calle Mariano Cueva; desde este punto continúa en dirección sur por la vereda occidental de la calle Mariano Cueva hasta el cruce con la vereda norte de la Carrera Vega Muñoz; sigue por la vereda norte de la carrera Vega Muñoz en sentido occidental, hasta la vereda oriental de la calle Abraham Sarmiento; continúa en sentido norte por la vereda oriental de esta calle, cruza la avenida de Circunvalación, con una línea imaginaria hasta empatar con la vereda oriental de la avenida del Chofer y concluye en la prolongación de esta avenida y la intersección con el límite establecido en el Plano Director del Desarrollo Urbano de Cuenca.

### Ilustración 7: Mapa de la parroquia Bellavista



**Fuente:** INEC

### 1.7.3 Aspectos Físicos

La parroquia Bellavista se encuentra en la ciudad de Cuenca, en donde el clima se caracteriza con veranos frescos y nublados, inviernos cortos, fríos y parcialmente nublados, la temperatura generalmente varía de 7 a 15 °C en invierno y 12 a 25 °C en verano, es decir la temperatura promedio de la ciudad es de 15 °C, esto según la guía virtual de turismo accesible.



Universidad de Cuenca

**Gráfico 2:** Vulnerabilidad por exposición cantón Cuenca - parroquia Bellavista

Elemento Esencial	Exposición a Deslizamiento	Exposición a Sismos	Exposición a Inundaciones	Exposición a Volcanes	Total	Nivel de Vulnerabilidad
Bellavista	1	1	0	0	2	Medio
Descripción de Valores calificativos:			Niveles de Vulnerabilidad			
Está expuesta = 1			de 3 a 4		Alto	
No está expuesta = 0			de 2		Medio	
			de 0 - 1		Bajo	

**Elaborado por:** Equipo técnico Ud. 2012

**Fuente:** Proyecto “Implementación de la Metodología de Análisis de Vulnerabilidades a Nivel Cantonal” – Cuenca

En una de las visitas técnicas realizadas al lugar, se constató el sentir y opinión de moradores quienes manifestaron que en el sector la inseguridad representa un problema, expresando que la delincuencia ha aumentado. Además, enfatizaron en el abandono que ha sufrido el parque y la necesidad de darle vida a la plaza a través de ferias, festivales, eventos. Por estas razones, solicitaron que se implemente una feria agroecológica la misma que está respaldada por firmas de los propios vecinos.



## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA Y DISEÑO METODOLÓGICO**

### **2.1 Antecedentes de Ferias Agroecológicas**

La agroecología ha puesto énfasis en temas relacionados al ambiente, sociales y de salud, apostando a una nueva forma de producción destinada a fortalecer la actividad agrícola, dinamizando los factores que intervienen, fomentando la agricultura familiar a través del manejo de saberes ancestrales, y el adecuado manejo de los recursos naturales, librándose del uso de agrotóxicos y fertilizantes artificiales que afecta el bienestar de las personas y medio ambiente.

Por este motivo, se señala como ejemplo, países como Argentina que constituyó una feria agroecológica ubicada en la ciudad de Córdoba que “se propuso atender la situación de vulnerabilidad económica y social que presentan muchos de los productores con enfoque agroecológico” (UNC, 2018), mejorando la situación de comercio justo y los ingresos familiares. Además de que la feria “pretende ser un hecho social de intercambio de saberes, que coloca a los/as huerteros/as y productores/as en un lugar de interés mutuo desde donde pueden brindar información y aprender junto a otros feriantes y visitantes”. (UNC, 2018)

En el Ecuador existen varias ferias agroecológicas, como la feria ubicada en el parque de la Carolina en Quito, que impulsa el consumo de alimentos frescos, obteniéndose directamente de sus productores. Además, estimula la conciencia ambientalista para el consumo de productos naturales.

De igual manera, en la ciudad de Cuenca se han creado ferias agroecológicas a través de la empresa EDEC EP, las mismas que están ubicadas en Capulispamba (El Carmen de Sidcay) y El Vergel (La Plaza del Herrero).

La Feria Agroecológica Campesina Municipal del Barrio Capulispamba, se inauguró en el mes de marzo del año 2017 con la participación de campesinos,



## Universidad de Cuenca

la cual fue estructurada como un sistema de comercialización asociativa para alimentos agroecológicos.

Con respecto a la implementación de ferias agroecológicas permanentes, se implementó una feria eventual en noviembre del año 2016 en el barrio el Vergel, esta actividad consiguió alcanzar las expectativas, logrando que la RAA y los moradores del barrio solicitaran que la feria agroecológica funcione permanentemente.

En octubre del año 2017 se implementó la feria agroecológica del sector El Vergel, y al cumplir un año de su implementación se realizó una encuesta elaborado por la el departamento de proyectos de la empresa EDEC EP (Ver Anexo 2), la misma que fue aplicada a los consumidores, los resultados demostraron la gran acogida y aceptación. A continuación se presenta algunas cifras:

**Tabla 5:** Resultado de encuestas El Vergel (cuadro resumen)

<b>Razones de Compra</b>	Entre las principales razones por la cual las personas compran en la feria agroecológica, es la cercanía al lugar que está representado por el 34,87 %, también es un factor importante para los encuestados los beneficios para la salud y la calidad de los productos, cada uno representa el 23,03 % del total de encuestados.
<b>Precios</b>	El 65,59 % del total de encuestados consideran que los precios de los productos ofrecidos en la feria agroecológica son cómodos, mientras que el 31,18 % los consideran bajos.
<b>Frecuencia de Compra</b>	La frecuencia de visita por la mayoría de los encuestados es de 4 veces al mes que está representado por el 45,65 %, en segundo lugar se encuentran que el 23,91 % ha visitado la feria 2 veces durante un mes.
<b>Aceptación</b>	Finalmente, en la pregunta acerca de si cree que la feria es un factor positivo para el barrio en donde funciona, la mayor parte de los encuestado respondió que Sí con un porcentaje 97,8 % y por consiguiente el 2,2 % opina lo contrario.

**Fuente:** Informe encuestas El Vergel (Ver Anexo 3)

**Elaborado por:** Las autoras

Con base en estos datos se puede corroborar que la Feria Agroecológica del Vergel ha tenido aceptación, por parte de los habitantes del sector, reflejando así la necesidad de seguir implementando más ferias en espacios de la ciudad.



**Tabla 6:** Hitos importantes sobre la comercialización agroecológica en el Ecuador

Número total de ferias con comercialización agroecológica en el país:	210
Valor estimado de ferias agroecológicas al nivel nacional:	\$15,221,101
Promedio de venta anual por feria:	\$72,481
Promedio de familias de productores que benefician de cada feria:	76
Porcentaje de ferias sin infraestructura:	57%
Año inicial de la feria más antigua del Ecuador.	1984
Porcentaje de ferias en las que acceden clientes de clase socioeconómica baja:	73%
Porcentaje de ferias exclusivamente de productores con menos de 1 hectárea:	52%
Porcentaje de ferias que utiliza precios fijos:	44%
Porcentaje de ferias con reglamento de feria:	58%
Porcentaje de ferias que ofrecen una mezcla de productos frescos, elaborados, y cárnicos.	43%

**Fuente:** (HEIFER, 2014, pág. 112)

## 2.2 Marco Teórico

En el siguiente marco teórico se abordan conceptos y teorías, orientando adecuadamente el proceso de investigación, pues es necesario tener una visión clara de la agroecología y soberanía alimentaria. Los conceptos de administración, deben ser aplicados dentro de un marco agroecológico.

### 2.2.1 Agroecología y Agricultura Industrial

En este punto es necesario conocer los enfoques con los cuales se conciben tanto la agroecología y la agroindustria, se presenta un cuadro resumen de dicha discordancia.





**Tabla 7:** Diferencias entre Agricultura Industrial y Agroecología

<b>AGRICULTURA INDUSTRIAL</b>	<b>AGROECOLOGÍA</b>	<b>VALOR AÑADIDO DE LA AGROECOLOGÍA</b>
Insumos muy caros	Insumos menos caros y más rentables para los campesinos	La agricultura como una actividad más remunerada
Agotamiento de los suelos y pérdida de biodiversidad	Mejora de los suelos y de la biodiversidad	Mejor rendimiento por hectárea
Desperdicio de grandes cantidades de agua	Cantidades de agua reducidas y limitadas	Utilización óptima y conservación del agua
Contaminación medio ambiental continua	Protege el medio ambiente de la contaminación	Un medio ambiente sano y sin peligro
Depende de un solo producto en una unidad de superficie	Se basa en la diversidad agrícola en una misma unidad de superficie	Implica cierta seguridad en términos de ingresos y cosecha
Dependencia de empresas extranjeras para los insumos	Independencia con respecto a las empresas extranjeras	Independencia financiera para los campesinos y la patria

Fuente: (SCCF, 2016)

## 2.2.2 Definiciones de Agroecología según diferentes organizaciones del Ecuador

Es común encontrar distintas definiciones de la agroecología, en las cuales varios autores exponen características y enfoques, representando una forma de producción agrícola diferente, que respeta la naturaleza. Además dinamiza la economía campesina y fomenta la alimentación sana, por medio de la aplicación de saberes ancestrales. En lo que se refiere al Ecuador varias organizaciones han desarrollado sus propias definiciones.

### Red Agroecológica del Austro (RAA)

Agroecología es una agricultura alternativa, que toma como modelo de producción a la misma naturaleza, evitando la dependencia de productos químicos para garantizar la conservación y preservación de los ecosistemas naturales y los agroecosistemas, La agroecología cumple con estas características e incluso va más allá, al constituirse como una verdadera filosofía de vida. (HEIFER, 2014, pág. 40)



La agroecología es una propuesta que busca un cambio de enfoque, permitiéndole a la agricultura ser una actividad productiva que contribuya a la conservación de los recursos naturales, a la recuperación y revalorización de las culturas locales y a fortalecer los espacios rurales, con el fin de cada familia mejore su calidad de vida. (HEIFER, 2014, pág. 40)

### **2.2.3 Productos Agroecológicos vs Productos Orgánicos**

Es frecuente encontrar similitudes con la producción de alimentos orgánicos, por lo tanto es necesario establecer la diferencia entre estos durante el estudio a realizar, teniendo en cuenta que usualmente no se los distingue correctamente.

#### **Productos orgánicos**

“Es un alimento saludable y libre de tóxicos. Su producción se realiza siempre con la preocupación de proteger la salud de los consumidores y el medio ambiente” (RED SUSTENTABLE, 2015)

Los productos orgánicos se venden en mercados específicos y a un público sectorizado, y gozan de un sobreprecio. Esto se debe a que hoy, la demanda de este tipo de productos supera ampliamente la oferta, además del hecho de que, a través de estrategias de marketing, se los define como productos exclusivos. (Saal & Vega, 2015, pág. 41)

#### **Productos agroecológicos**

Los productos agroecológicos, sin embargo, se diferencian ampliamente de los orgánicos ya que aunque tienen formas de producción similar-respeto del ambiente y no uso de agroquímicos. Persiguen objetivos ampliamente diferenciados. Los productos denominados agroecológicos pretenden ayudar a las economías regionales y a los agricultores pobres a subsistir y priorizan el autoconsumo. Muchos productos orgánicos, además, no son de origen local o regional sino que se producen con técnicas amigables con el ambiente pero se exportan a otros países o continentes. En este sentido, este tipo de producto deja de ser agroecológico ya que uno de los requisitos estable que tiene que comercializarse en la misma región en que fue producido, tanto para colaborar con la economía regional y seguridad alimentaria local, como para mantener un precio razonable y ser accesible para toda la sociedad. (Saal & Vega, 2015, págs. 41,42)





## Universidad de Cuenca

Una vez establecido los conceptos de producto orgánico y agroecológico, se puede decir que, si bien ambas definiciones establecen el cuidado del medio ambiente y la salud por medio del abandono de agrotóxicos, los productos agroecológicos van más allá, pues engloban un aspecto social, económico y político, permitiendo valorar el trabajo de las asociaciones campesinas.

### **2.2.4 Soberanía Alimentaria y Seguridad Alimentaria**

La soberanía alimentaria y la seguridad alimentaria se involucran con la necesidad de proveer alimentación sana y soberana para la población actual y futura. Pues ambos conceptos impulsan y protegen el derecho al consumo de productos locales y nutritivos, además de garantizar el acceso al mismo.

#### **Soberanía Alimentaria**

“La soberanía alimentaria, implica el derecho de los pueblos a producir sus propios alimentos y en su propio territorio, lo que también implica producirlos de manera autónoma, sin condicionamientos externos, respetando su libertad de decisión” (Saal & Vega, 2015, pág. 47)

“...soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas de producción, distribución y consumo de alimentos y a poder producir, localmente, comida sana, nutritiva y culturalmente adecuada.” (Giunta, 2018, pág. 2)

#### **Seguridad Alimentaria**

La seguridad alimentaria, sería entonces el momento en que la soberanía alimentaria está completamente garantizada, aquel momento en que todas las personas sin distinguir su posición económica o social, tienen acceso de manera igualitaria a los alimentos, ejerciendo de manera su derecho a la alimentación. (Saal & Vega, 2015, pág. 47)

Entonces, la soberanía alimentaria está arraigada a la seguridad alimentaria, a causa de que la soberanía alimentaria implica el derecho de las personas a decidir y precisar sus propias políticas alimentarias, a su vez la seguridad alimentaria conlleva a la satisfacción de necesidades de las personas mediante el acceso de alimentos sanos y nutritivos, garantizando un alcance físico y económico.



## **2.2.5 Sistema participativo de garantía (SPG)**

En los últimos años, se ha dado gran controversia al tema de soberanía alimentaria muchas organizaciones sociales han procurado que no pase desapercibido por las autoridades locales, por lo que se ha llevado al pleno de la Constitución de la República convirtiéndola en una ley, la cual se presenta en defensa de la seguridad y soberanía alimentaria de las personas, quienes tienen el derecho de consumir productos agrícolas saludables, cultivados bajo métodos tradicionales y en condiciones amigables con el ambiente.

Conforme a esto, en el país se han creado algunas organizaciones, como son la Red Agroecológica del Austro RAA y la Red Agroecológica de Loja RAL, cuyo principal objeto es precautelar el derecho de los pueblos a acceder a alimentos sanos, mediante su sistema participativo de garantía SPG.

El Sistema Participativo de Garantía no es la “alternativa”, para la Red Agroecológica del Austro es la “propuesta” de desarrollar una garantía en la cual los principales protagonistas son las diferentes organizaciones de productores/as agroecológicos. Esto además implica un reconocimiento desde los consumidores/as. Para la Red Agroecológica del Austro, el mayor reconocimiento que se tiene no es desde las diferentes entidades del Estado, es desde los/as consumidores/as, que son las personas que cada día compran los productos de las diferentes organizaciones. (Echarri L., 2012)

Los sistemas participativos de garantía nacen como una alternativa a las certificaciones de tercera parte, teniendo en cuenta que se alejan de los conocimientos locales y tradicionales, presentando altos costos y trámites burocráticos, perjudicando forma a las pequeñas asociaciones campesinas, donde se dificulta el acceso a este tipo de certificación. Por lo tanto el SPG implica la participación de los agricultores en el proceso de evaluación.

### **Sistemas participativos en Ecuador**

El país pionero en lo que respecta a la certificación participativa fue Brasil, en concordancia con las organizaciones campesinas. En relación al Ecuador las primeras experiencias agroecológicas se empiezan a desarrollar desde el año 1980, pero fue años después que se comienza a establecer un control sobre la producción orgánica, incorporando los SPG, los cuales nacen como una



## Universidad de Cuenca

alternativa a las certificaciones de tercera parte CTP, también se ha desarrollado la normativa legal a favor de la soberanía alimentaria como es la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria LORSA y la Constitución de la República. En el año 2006 se reconoce la diferencia entre orgánico y agroecológico, hecho que es importante para la implementación de los sistemas participativos de las asociaciones de productores agroecológicos.

**Gráfico 3:** Desarrollo de los SPG en Ecuador

Inicia la regulación											
Regulación tácita de la agroecología											
1980	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013	¿ ... ?
Primeras experiencias agroecológicas	Acuerdo Ministerial 177 (orgánico, agroecológico, ecológico y biológico como sinónimos)	Carta de Ciudad Torres IFOAM/MAELA ("Lanzamiento internacional de los SPG")	La RAA crea su sistema de Garantía Local	Acuerdo Ministerial 302 (agroecología es extraída como sinónimo de orgánico).	Rafael Correa accede a la presidencia	Nueva Constitución	LORSA	Decreto ejecutivo 1449 (los SPG requieren regulación independiente)	Propuesta de Ley sobre Agrobiodiversidad	Propuesta de Ley sobre Consumo Responsable para la Soberanía Alimentaria	Institucionalización de los SPG
	Fundación de la RAA	PROBIO intercambia experiencias con Brasil				Agrocalidad					

**Fuente:** (Pino Andrade, 2017, pág. 131)

En esta línea, se puede decir que los SPG son parte importante a considerar dentro del desarrollo de esta investigación ya que con base en esto se crean circuitos cortos de comercialización como son las ferias agroecológicas. Tal y como lo explica (De la Cruz Abarca, 2015):

Los SPG se vienen desarrollando y multiplicando en diferentes partes del mundo en contraposición al sistema agroalimentario dominante o globalizado. A estos sistemas de garantía se les asocia con procesos organizativos de base y generación de circuitos cortos de comercialización. (pág. 24).

### 2.2.6 Canales cortos de comercialización

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria en el Art. 133 Gobiernos Autónomos Descentralizados



## Universidad de Cuenca

Los gobiernos autónomos descentralizados, en ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la respectiva Ley, impulsarán acciones para la protección y desarrollo del comerciante minorista a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centros de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales y mercados u otros. (LOEPS, 2011)

Para una mejor comprensión de lo que consiste los canales cortos de comercialización, se plantea su definición según la (Organización Internacional del Trabajo , 2016):

La finalidad de la comercialización es crear lealtad de cliente para que los clientes sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y presentan sus bienes y servicios a otros. Si a todos sus clientes les gusta su producto y le cuentan a otros, es probable que su negocio crezca y sea rentable a la larga. La comercialización, por tanto, de comenzar con entender y satisfacer las necesidades de los clientes. Pero si existen muchos proveedores que están satisfaciendo las necesidades de los clientes, se van a volver más selectivos y apoyarán los negocios que ofrecen bienes y servicios distintos que mejor satisfacen sus necesidades. (pág. 3)

Una vez comprendido el concepto anterior, es necesario asociarla con el ámbito agroecológico, tal y como se detalla en siguiente párrafo.

### **Comercialización de productos agroecológicos**

La comercialización de productos agroecológicos se ha extendido a lo largo de todo el país, nace a partir de la necesidad de los campesinos agroecológicos de vender su producción a precios justos, promoviendo la venta directa campesino-consumidor, posee una posición crítica frente a los procesos de certificación orgánica, dado el negociado que ejercen las certificadoras privadas y la elitización de los productos sanos para diferenciar el mercado entre ricos y pobres...” (Intriago & Gortaire Amézcu, 2016, pág. 6)

### **Comercio Justo**

Es un concepto clave que se encuentra latente en la investigación y que según la Organización Mundial del Comercio Justo es:

Un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y



Entre las iniciativas del comercio justo se encuentra el intercambio y la comercialización de bienes, teniendo como ejemplo la comercialización agroecológica que se caracteriza por desarrollarse dentro de canales cortos de comercialización “concepto que pone mayor énfasis en el intento por reducir las distancias físicas entre productores y consumidores, por lo que agrega una dimensión espacial y no solo una reducción en el número de intermediarios” (INDAP, 2015).

Dentro de los circuitos cortos se puede encontrar productores no organizados o con cierto nivel de asociatividad, con una oferta de productos diferenciados por atributos relacionados con lo local, lo artesanal, lo cultural, o con la propia identidad de los productores (ej. agricultura familiar), así esa diferenciación no se explicita por medio de una marca, un sello, o una certificación. Cuando los precios de los productos que se pueden adquirir en los circuitos cortos son menores con respecto a los largos o tradicionales, estos también pueden ser concebidos como atributos diferenciadores que ayudan a movilizar a los consumidores. (Rodríguez Sáenz & Riveros Serrato, 2016).

Estos tipos de canales de comercialización son aplicados dentro de la comercialización agroecológica, debido a que garantiza una venta sin intermediarios, diferenciándolos de los canales tradicionales como se demuestra en el siguiente gráfico:

**Tabla 8:** Lista de encadenamientos productivos y circuitos cortos identificados

Encadenamientos Productivos	Circuitos Cortos
Venta a través de Programas de Proveedores, Alianzas Productivas y Negocios Inclusivos	Ferias agro-ecológicas o de venta directa con/sin apoyo público
Venta a empresas estatales de alimentos	Compras públicas locales
Compras públicas centralizadas de alimentos	Venta directa en finca, por internet, a domicilio
Agricultura por contrato	Tiendas especializadas
Venta directa a supermercados	Venta de canastas (agricultura por confianza)
Exportación directa	Venta a restaurantes y hoteles
<i>Purchase for Progress P4P</i>	

**Fuente:** (CEPAL, 2016, pág. 18)

Con se puede observar en el gráfico anterior, un ejemplo de canal corto de comercialización son las ferias agroecológicas, por lo tanto es preciso comprender en qué consiste este canal.

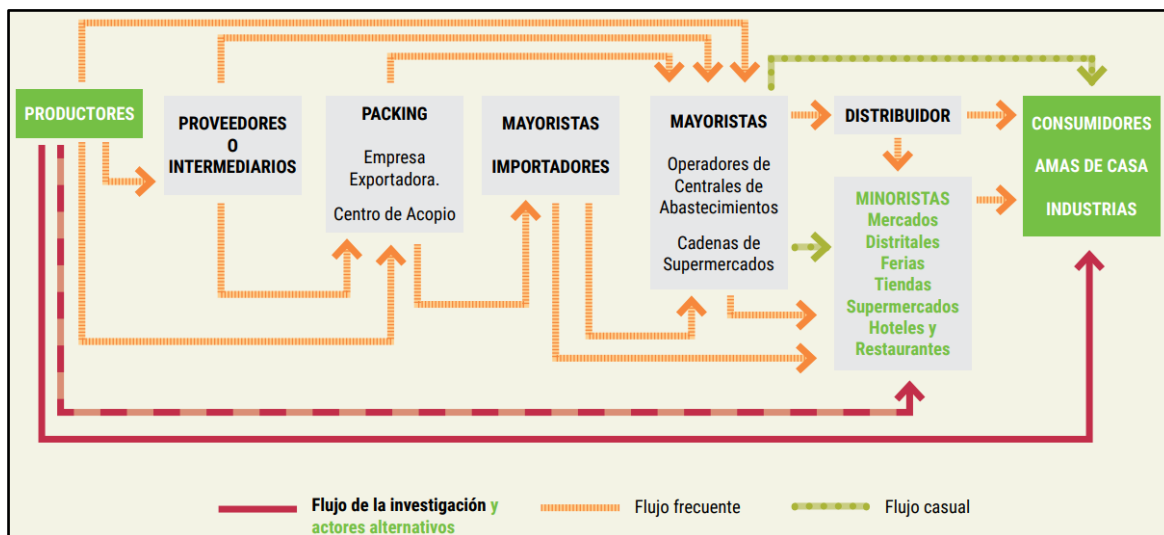
## 2.2.7 Ferias agroecológicas

Las ferias se presentan como “espacios de comercialización e intercambio cultural, periódicos o esporádicos, donde productores agrícolas se relacionan de manera directa con sus clientes, favoreciendo la proximidad social. Por lo general se comercializan productos con identidad, calidad y precio justo”. (Rodríguez Sáenz & Riveros Serrato, 2016, pág. 14). En relación a esto (García Arellano, 2017) señala que:

Las Ferias Agroecológicas son espacios privados o puestos de plazas abiertas o de mercados municipales u otros espacios públicos, en los cuales las familias de pequeños productores organizados venden sus productos, con una frecuencia preestablecida (semanal o mensual), con los objetivos de mejorar sus ingresos, ofertar productos de calidad (limpios de químicos), facilitar a los consumidores el acceso a productos sanos, y fomentar la seguridad y soberanía alimentarias. (pág. 21).

Con el propósito de clarificar, el flujo de los canales cortos de comercialización, en el siguiente gráfico se puntualiza y se expone las características de los diferentes canales de comercialización convencionales.

**Gráfico 4:** Canales de distribución y comercialización de productos de la Agricultura Familiar



**Fuente:** (Romero Cuevas, 2016, pág. 20)

Se puede concluir que las ferias agroecológicas son ejemplos claros de canales directos, a la vez que permiten a las asociaciones de productores mantenerse el cumplimiento con los principios de agroecológica y los Sistemas Participativos de Garantía.



## **2.2.8 Marco legal y político en amparo y protección de la Agroecología y Soberanía Alimentaria en el Ecuador**

Sobre la base de las consideraciones anteriores es necesario conocer algunas de las leyes ecuatorianas que están a favor de la agroecología y soberanía alimentaria.

### **Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria (LORSA)**

La Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, en donde en el Art.14 del Fomento de la producción agroecológica y orgánica se indica lo siguiente.

Artículo 14.- Fomento de la producción agroecológica y orgánica.- El Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de fomento, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros.

En sus programas de compras públicas dará preferencia a las asociaciones de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores y a productores agroecológicos. (LORSA, 2009)

Para fomentar la producción agroecológica dentro del Art. 3 Deberes del estado, se ubican algunos literales que afirman el derecho a la soberanía alimentaria.

Artículo 3.- Deberes del Estado.- Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las responsabilidades establecidas en el Art. 281 de la Constitución el Estado, deberá:

c) Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos;

d) Incentivar el consumo de alimentos sanos, nutritivos de origen agroecológico y orgánico, evitando en lo posible la expansión del monocultivo y la utilización de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles, priorizando siempre el consumo alimenticio nacional





La Constitución del Ecuador, dentro de los Art 13, establece que: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

A la vez que en el Art 281, numerales 10 y 11 mencionan lo siguiente:

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente.

10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios.

## **Ley orgánica de Salud**

En concordancia con el Art 13 de la Constitución de la República, está la Ley Orgánica de Salud en donde el Art 16, expresa lo siguiente:

Art. 16.-El Estado establecerá una política intersectorial de seguridad alimentaria y nutricional, que propenda a eliminar los malos hábitos alimenticios, respete y fomente los conocimientos y prácticas alimentarias tradicionales, así como el uso y consumo de productos y alimentos propios de cada región y garantizará a las personas, el acceso permanente a alimentos sanos, variados, nutritivos, inocuos y suficientes.

En definitiva, durante los últimos años se ha puesto énfasis en el tema de soberanía alimentaria y la agroecología. Muchas organizaciones han tratado de construir lineamientos que permitan apoyar a los mismos, teniendo muy poca o ninguna participación positiva, a causa del desconocimiento de la práctica de plurinacionalidad reconocida por la Constitución del 2008 y las leyes relacionadas.





## **2.2.9 Conceptos administrativos claves en el desarrollo de la feria**

Para realización del siguiente proyecto integrador es fundamental integrar conceptos básicos de administración, los cuales proporcionan una guía, la cual es una base teórica para la construcción de la investigación.

### **Estudio de mercado**

El estudio de mercado según (Córdoba Padilla, 2011):

- Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.
- Sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos.
- Abarca variables sociales y económicas.
- Recopila y analiza antecedentes para ver la conveniencia de producir y atender una necesidad. (pág. 52)

### **Estudio técnico**

Se definirá los aspectos físicos y logísticos de la feria agroecológica, puesto que “el estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca Urbina, 2010, pág. 7)

### **Estudio económico**

Busca plantear un presupuesto adecuado para la feria con base en necesidades requeridas para la implementación, además de proponer un análisis económico de la feria, ya que el objetivo de esta fase es “...ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.” (Baca Urbina, 2010, pág. 8)

### **Planeación Estratégica**

El estudio se busca proponer un plan estratégico que se oriente al correcto funcionamiento de Feria Agroecológica de Cristo Rey, creando estrategias adecuadas, buscando una participación colectiva entre productores y la



## Universidad de Cuenca

empresa pública, permitiendo el acertado desempeño, favoreciendo así a todos los participantes. En consideración a esto (Bueno Blanco, Ramos Sámano, & Berrelleza Gaxiola, 2018), establecen que:

La planeación es considerada como un proceso racional mediante el cual se establecen objetivos, se toman decisiones por anticipado, se sabe lo que se quiere, y se escoge el medio más apropiado para lograrlo antes de emprender la acción. Por medio de la planeación se diseñan las estrategias que ayudan a cumplir los objetivos; implica el análisis, selección y determinación de recursos considerando aspectos internos y externos. (pág. 65)

### Planeación Estratégica

La planificación estratégica en el ámbito público es una herramienta que nos ayudará al establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias como apoyo a la definición de los recursos que necesitamos para lograr los resultados esperados, por lo tanto debe ser un proceso simple e incorporado en la rutina de la toma de decisiones directivas en el proceso presupuestario. Desde esta perspectiva, debemos contar con estándares de confiabilidad para identificar aspectos claves que apoyen la gestión organizacional, tales como la definición de la Misión, Objetivos Estratégicos, Estrategias, definición de metas e indicadores. (Armijo, 2009, pág. 11)

Con estas bases se busca la creación de diferentes elementos que forman parte de la planeación estratégica.

### Visión

En el momento de hablar de Visión, se hace referencia a la identidad que se desea alcanzar en el futuro. Este ideario a alcanzar posibilitará la tarea de reflexión prospectiva. Un volver sobre el presente para estructurar la acción hacia el futuro deseado como paso previo a la definición de estrategias, políticas, cursos de acción y sus mecanismos instrumentales (programas, proyectos, presupuestos). La definición de la Visión acompaña al proceso de planificación estratégica desde los comienzos de su ejercicio. (Felcman & Blutman, 2018, pág. 16)

### Misión

Es aquello que señala el rumbo, orienta las actividades presentes y futuras proporcionando una dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas. Enuncia los principales fines estratégicos o propósitos generales. Si la Visión dice el qué, la Misión define el para qué. (Felcman & Blutman, 2018, pág. 16)



## Universidad de Cuenca

La planeación estratégica necesita como base un análisis del entorno, para entender de mejor forma las condiciones en las que se encuentra la implementación de esta feria, para esto es necesario una matriz FODA.

Una herramienta para determinar estrategias en la búsqueda de un futuro deseado. F.O.D.A. es la sigla de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, variables que se fusionan gráficamente en un cuadro de doble entrada donde éstas se cruzan para su posterior análisis. Constituye una herramienta útil para la toma de decisiones sirviendo de apoyo al planeamiento, en cuanto posibilita una síntesis del diagnóstico actual y orienta las decisiones sobre estrategias. El análisis F.O.D.A. está relacionado a cómo se enfrentarán posibles amenazas y oportunidades teniendo en cuenta los recursos disponibles, que generan fortalezas y debilidades para alcanzar los objetivos planteados. (Felcman & Blutman, 2018, pág. 20)

## 2.3 Diseño Metodológico

### 2.3.1 Tipo de investigación

Se basa en un enfoque cuantitativo y cualitativo, con el propósito de recolectar la información necesaria, que serán la base para la realización del proyecto.

#### Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo de la investigación pone una concepción global positivista, hipotética deductiva, objetiva, particularista y orientada a los resultados para explicar ciertos fenómenos. Se desarrolla más directamente en la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos. Aplica los test, entrevistas, cuestionarios, escalas para medir actitudes y medidas objetivas, utilizando instrumentos sometidos a pruebas de validación y confiabilidad. En este proceso utiliza las técnicas estadísticas en el análisis de datos y generaliza los resultados. (GÓMEZ CHAGOYA, 2018, pág. 47)

#### Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo puede definirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo, visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorguen). (GÓMEZ CHAGOYA, 2018, pág. 61)



### **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva permite aplicar métodos de análisis de datos generando de esta manera resultados en relación a la percepción de los habitantes de la ciudad, con respecto al consumo y conocimiento sobre los productos agroecológicos; información que servirá de apoyo para las fases posteriores.

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. (SUPO C. & CAVERO A., 2014, pág. 41)

### **2.3.2 Instrumentos de Investigación**

Las herramientas de investigación principales son la encuesta y la entrevista, donde la encuesta se aplica a los consumidores potenciales, así como a los productores de la feria agroecológica para conocer diversos aspectos a través de trabajo de campo.

#### **Encuesta**

La encuesta es una técnica de recogida de datos, o sea una forma concreta, particular y práctica de un procedimiento de investigación. Se enmarca en los diseños no experimentales de investigación empírica propios de la estrategia cuantitativa, ya que permite estructurar y cuantificar los datos encontrados y generalizar los resultados a toda la población estudiada. Permite recoger datos según un protocolo establecido, seleccionando la información de interés, procedente de la realidad, mediante preguntas en forma de cuestionario (su instrumento de recogida de datos. (Kuznik, Hurtado Albir, & Espinal Berenguer, 2010, pág. 3)

#### **Entrevista**

En el desarrollo de la investigación se desarrollarán entrevistas a personal de la EDEC EP, quienes apoyan el desarrollo del tema, igualmente entrevistas a quienes cuenten con experiencia en el tema agroecológico, con el fin de obtener datos relevantes para una mejor comprensión.



### 2.3.3 Interpretación y análisis de datos

Los datos recopilados en el transcurso de la investigación, serán analizados mediante el programa estadístico SPSS el cual permitirá generar gráficos y tablas con los resultados obtenidos para ser interpretados.

### 2.3.4 Población y Muestra

El establecimiento de la muestra para la aplicación de las encuestas es de suma importancia que sea el correcto, pues es necesario establecer la población en la cual será aplicada, además de reconocer los valores adecuados para el cálculo.

La selección de un número relativamente pequeño de elementos tomado de un grupo de elementos tomado de un grupo de elementos definido mayor, con la expectativa de que la información recogida del grupo menor permita que se hagan juicios sobre el grupo mayor. (Hair, Bush, & Ortinau, 2004, pág. 328).

#### Tamaño de la muestra

Se recopiló información del número de hogares en la ciudad de Cuenca, datos que fueron obtenidos en la plataforma virtual del INEC (Ecuador en cifras), por medio de la suma de cada una de las 80 zonas repartidas dentro de las 15 parroquias urbanas de la ciudad, dando un total de 89.305 hogares urbanos. Entonces el cálculo de la muestra está determinado por la fórmula para poblaciones finitas que se detalla a continuación con los siguientes criterios:

**Tabla 9:** Cálculo de la muestra

Población	<b>N</b>	89.305
Proporción aproximada al fenómeno en estudio	<b>p</b>	0,50
Proporción que no representa el fenómeno de estudio	<b>q</b>	0,50
Nivel de confianza 95%	<b>Z</b>	1,96
Error muestral	<b>e</b>	0,05

**Elaborado por:** Las autoras

$$n = \frac{(89.305)(1,96)^2(0,50)(0,50)}{[0,05^2(89.305-1)] + [(1,96)^2(0,50)(0,50)]} = 383,519 \approx 384$$



## Universidad de Cuenca

Una vez realizado el cálculo, se obtuvo como resultado aplicar 384 encuestas. A continuación, se detalla los resultados del número de encuestas obtenido, a ser aplicados en las diferentes parroquias urbanas de la ciudad mediante un muestro aleatorio estratificado.

**Tabla 10:** Estratificación de la muestra

Parroquia	Zonas Nº	Total de Hogares	Frecuencia Relativa	Total
Bellavista	8-9-10-11-29-30	7112	0,08	31
Cañaribamba	54-55-56	3354	0,04	14
El Batan	35-36-37-38-39-62	6531	0,07	28
El Sagrario	42-58	2194	0,02	9
El Vecino	12-13-14-24-25-26-27-28	8151	0,09	35
Gil Ramírez Dávalos	31-41	2214	0,02	10
Huaynacapac	59-67-68-69-70	4632	0,05	20
Machángara	19-20-21-22-23	5637	0,06	24
Monay	49-50-51-52-53	5658	0,06	24
San Blas	43-57	2948	0,03	13
San Sebastián	1-2-3-4-5-6-7-32-33-34	10867	0,12	47
Sucre	40-60-61-66	4980	0,06	21
Totoracocha	44-45-46-47-48	6900	0,08	30
Yanuncay	63-64-65-71-72-73-74-75-76-77-78-79-80	13767	0,15	59
Hermano Miguel	15-16-17-18	4360	0,05	19
<b>Total</b>		<b>89305</b>	<b>1</b>	<b>384</b>

Elaborado por: Las autora

## CAPÍTULO III ESTUDIO DEL DESARROLLO Y VIABILIDAD DEL ESTABLECIMIENTO DE LA FERIA AGROECOLÓGICA EN CRISTO REY.

### 3.1 Análisis del Entorno

Para conocer y comprender el entorno en el cual se desenvuelven las pequeñas organizaciones campesinas que comercializan productos agroecológicos, es necesario realizar un análisis, el cual proveerá información relevante para el establecimiento de la Feria Agroecológica de Cristo Rey, enfatizando factores de ámbito económico, político-legal, social y ambiental, lo



Universidad de Cuenca

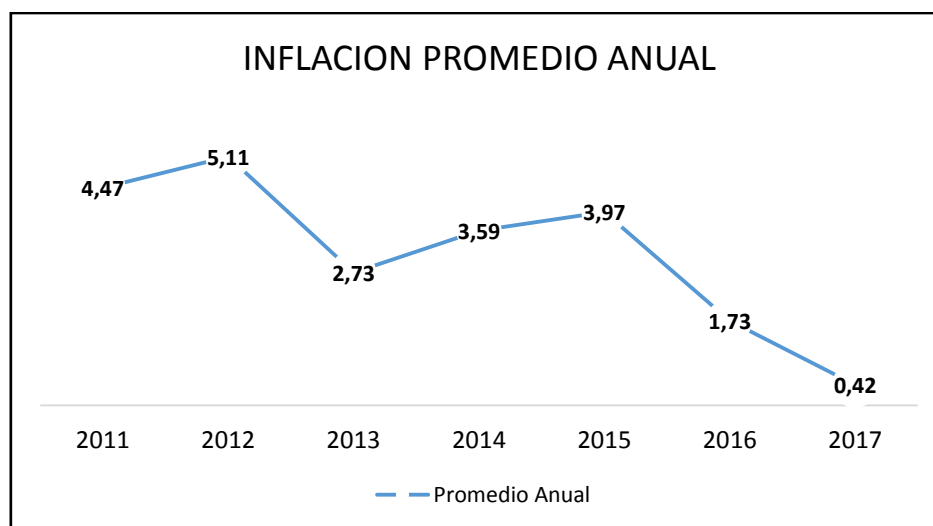
cuales representan dimensiones que giran en torno a la sostenibilidad de las ferias.

### 3.1.1 Entorno Económico

En cuanto al ámbito económico es importante destacar los principales factores de la economía que afectan el comportamiento y poder adquisitivo del consumidor, además del poder de compra y costos que representan a las organizaciones.

#### Inflación

**Gráfico 5:** Inflación promedio Anual



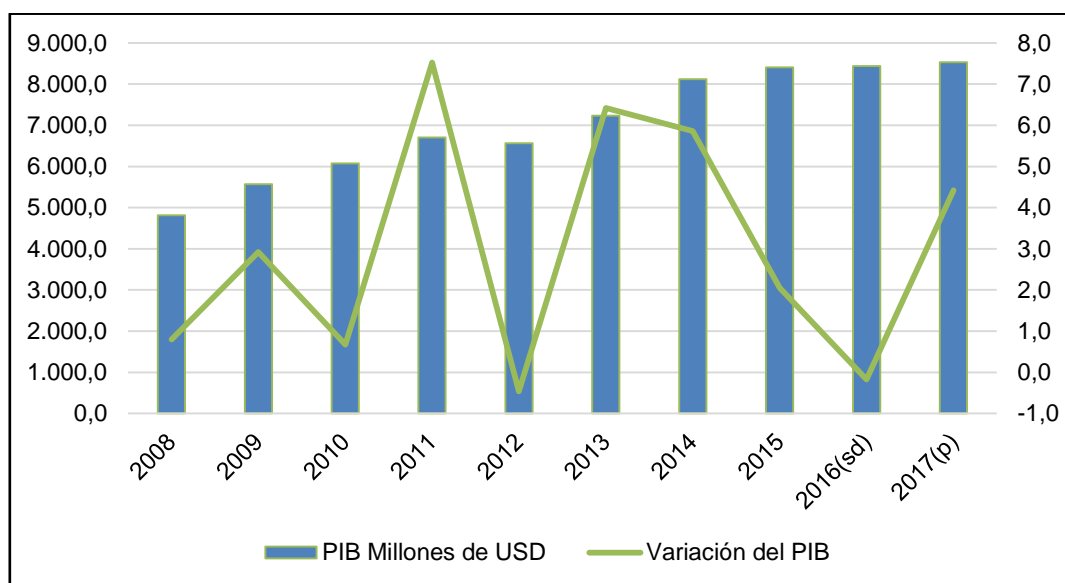
**Fuente:** Inflación Anual INEC 2018

**Elaborado por:** Las autoras

Dentro del análisis de la inflación, se puede apreciar en el gráfico N° 5 un descenso de la inflación promedio anual para el año 2017 con un porcentaje de 0,42 % que viene a partir del año 2015.

#### Producto Interno Bruto del Sector

Al nivel del Ecuador según datos obtenidos por el Banco Central del Ecuador BCE, se aprecia en el gráfico N° 6 que en el año 2012 existió un descenso considerable de PIB frente a años previos, representado por una variación negativa de 0,5 %. Adicionalmente se incluyen una variación negativa semi definitivo de 0,2, sin embargo el BCE para el año 2017 presenta un incremento provisional del PIB.



**Fuente:** BCE, 2018  
**Elaborado por:** Las autoras

De acuerdo a la Agenda Zonal realizado por Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, en el Ecuador la agricultura es la actividad económica que genera una valiosa cantidad de empleo, no obstante gran parte es especialmente para la exportación. En este sentido, es importante resaltar que en el caso de la Zona 6 conformada por las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, "...la producción agropecuaria es básicamente para el autoabastecimiento que permitiría promover la soberanía alimentaria. Las actividades agropecuarias representan aproximadamente el 9% del VAB<sup>2</sup> de la zona y ocupa al 36 % de la PEA<sup>3</sup>; esta zona aporta con el 6% al VAB del sector agrícola del país". (SENPLADES , 2015).

Es necesario establecer el nivel de pobreza por la cual se ve afectada el área rural de la zona 6.

La pobreza afecta al 53%de la población zonal, particularmente en el área rural, indicador que es fuertemente influenciado por el peso poblacional del área urbana puesto que 15, de los 17 distritos de la zona

<sup>2</sup> VAB: Valor Agregado Bruto Se define como el valor de la producción, menos el valor del consumo intermedio, y es una medida de la contribución al Producto Interno Bruto (PIB), hecha por cada unidad de producción, industria o sector.

<sup>3</sup> PEA: La población económicamente activa es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad.





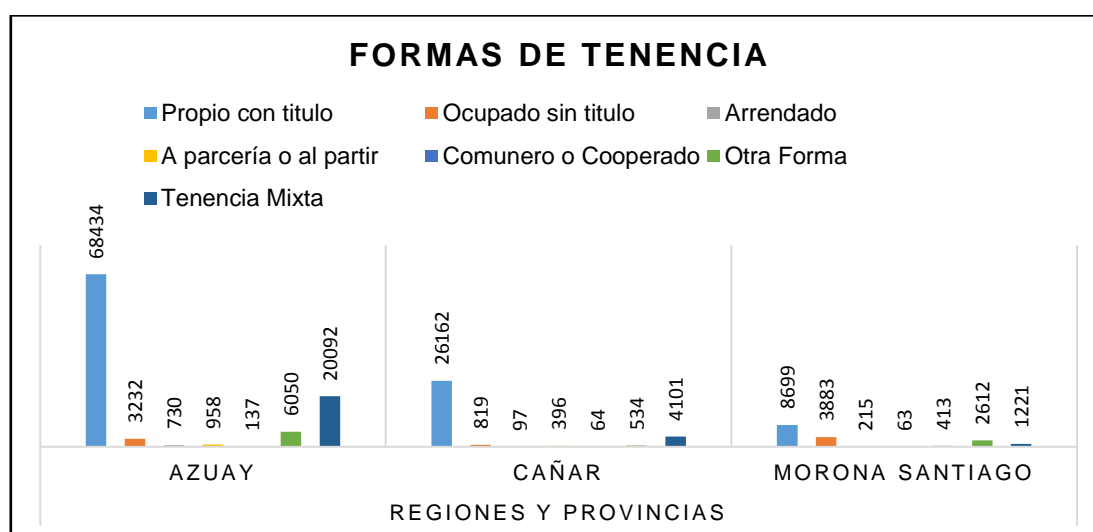
## Universidad de Cuenca

tienen un indicador de pobreza superior al promedio zonal mencionado. (SENPLADES , 2015).

### Tenencias de Tierras

En relación a la tenencia de la tierra, en su mayoría los productores de la zona 6 cuenta con Unidades de Producción Agropecuaria UPA, con título de propiedad en las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, seguidos de tenencia mixta, la ocupación sin título de propiedad con mayor número en Morona Santiago, la tenencia comunal o cooperativa, el arrendamiento, lo cual se puede apreciar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 7:** UPAS por formas de tenencia de la tierra y según provincias



**Fuente:** Senplades –SZ6,2013

**Elaborado por:** Las Autoras

### Sistema Financiero

En la tabla N° 11 se puede observar que en la zona funcionan 19 bancos, dos mutualistas y tres sociedades financieras, como se detalla a continuación:

**Tabla 11:** Número de entidad financieras - Zona 6

Zona / Provincia	Banca Privada	Mutualista	Sociedades Financieras
Ecuador	28	4	10
Zona 6 (*)	19	2	3
Azuay	19	2	3
Cañar	16	2	2
Morona Santiago	8	1	1

Nota (\*): En función de las captaciones y colocaciones en oficinas de la Zona 6, no se refiere al número de sucursales.

**Fuente:** Superintendencia de Bancos 2014

**Elaborado por:** Senplades – Z6,2014



Cabe agregar que conforme (SENPLADES , 2015):

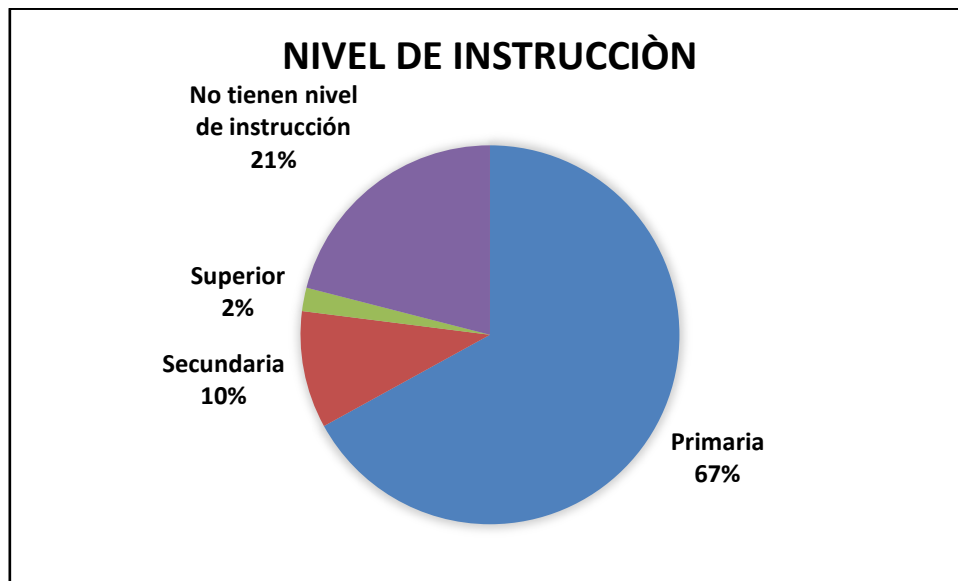
En la Zona 6, el sistema financiero de la economía popular y solidaria es el principal oferente de crédito, en el 2013 colocó cerca de USD 757 millones, en tanto que el sistema financiero privado colocó USD 689 millones y, el sistema financiero público USD 678 millones; totalizando USD 2124 millones de dólares en colocaciones de crédito.

En referencia a la clasificación anterior, se establece que entre la entidades financieras públicas se encuentran Banco Central del Ecuador BCE, Banco del Estado BEDE, Banco Nacional de Fomento BNF, Corporación Financiera Nacional CFN y Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social BIESS, entre lo cual se enfatiza que el “BNF que impulsa el sector agropecuario; el BEDE, promueve el desarrollo a través de los GAD; la CFN que promueve al sector productivo”. (SENPLADES , 2015, pág. 38)

### **3.1.2 Entorno Social – Cultural**

Una importante característica del sector agropecuario en Azuay y Cañar es la pluriactividad, que consiste en trabajar como jornaleros, obreros, artesanos y combinar estas actividades con las agropecuarias que generalmente utilizan trabajo familiar no remunerado, razón por la cual sus ingresos provienen principalmente de las actividades no agropecuarias. (SENPLADES , 2015, pág. 40)

La agenda zonal elaborada por la senplades indica que el 65 % de la PEA en el sector agropecuario son hombres y el 35 % mujeres. Así como que el 67 % de los productores alcanza la instrucción primaria, seguido del 10 % secundaria, 2% con formación superior y el 21 % restante no tiene ningún nivel de instrucción (INEC, 2010).

**Gráfico 8:** Nivel de instrucción - Zona 6**Fuente:** Senplades –SZ6,2013**Elaborado por:** Las Autoras

En cuanto al total de personas que se declaran indígenas “...aproximadamente el 11 % de la población se identifica como población indígena, esta característica implica la pluriculturalidad que está presente en la zona...” (SENPLADES , 2015, pág. 68), información pertinente para el estudio a realizar, relacionada con una de las principales características de la agroecología, que consiste en el rescate de saberes ancestrales.

La mayoría de la población de la Zona 6 se encuentra en el área urbana, se trata de una población relativamente joven, principalmente en edad de trabajar lo cual implica que se cuenta con una importante oferta de trabajo que deberá ser absorbida por la estructura productiva. (SENPLADES , 2015, pág. 68)

### 3.1.3 Entorno Ambiental

En la Zona 6, el uso de suelo se caracteriza porque predomina el bosque natural, que cubre el 45% de la superficie, seguido por los pastos con el 19%, el páramo con el 11%, evidenciándose que los pastizales han invadido las zonas de páramo y bosques naturales; el 5% restante corresponde a otros usos. (SENPLADES , 2015)

**Tabla 12:** Porcentaje de uso de suelo - Zona 6

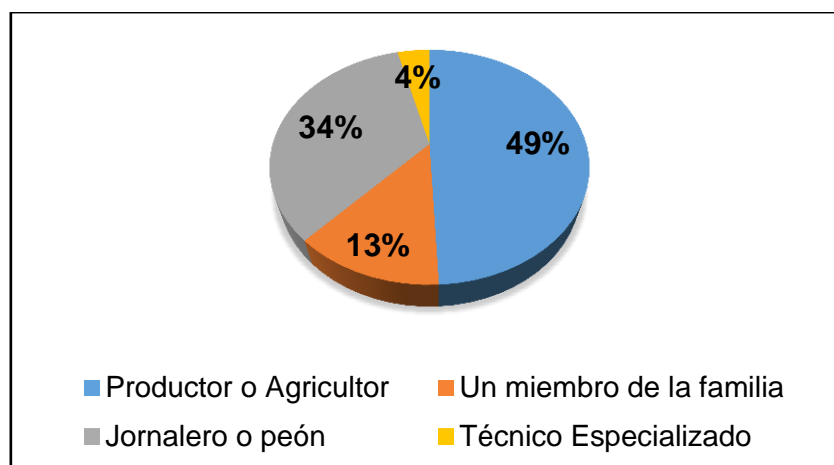
Uso del Suelo	Azuay	Cañar	Morona	Zona 6
	9,1	5,9	19,3	15,8
Bosque intervenido	14,8	18,1	58,1	44,6
Bosque Natural	27	27,7	2	10
Cultivo	0,1	0,1	0,6	0,5
Cuerpos de Agua	-	-	0,9	0,6
Humedales	26,9	29,2	3,9	11,4
Páramo	21	18,8	15,1	16,8
Pasto	0,5	0,2	0	0,1
Zona urbana	0,6	-	-1	0,1
Zona erosionadas	100%	100%	100%	100%
Total área	100%	100%	100%	100%

Fuente: MAGAP y MAE.

Elaboración: Senplades – SZ6, 2013.

Con base en información ambiental en la agricultura del año 2016 por parte del INEC, la aplicación de agroquímicos en los cultivos en su mayoría los realiza el productor o agricultor, representado por un 49 % y el 4 % realiza dicha aplicación con un técnico especializado.

**Gráfico 9:** Aplicación de agroquímicos



Fuente: (INEC, 2016)

Elaborado por: Las autoras

### Uso de Agro insumos

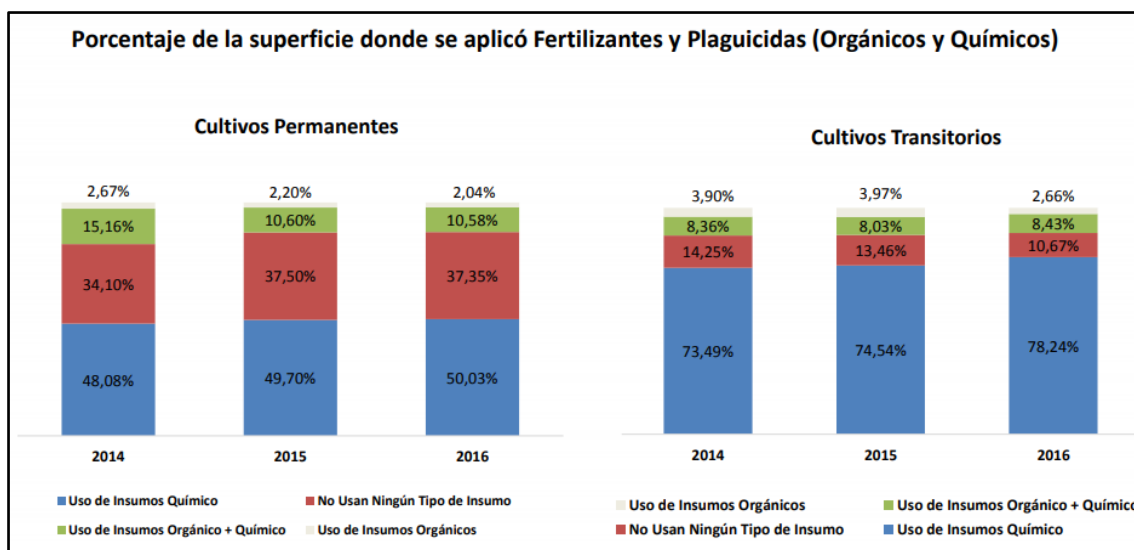
De la superficie sembrada y/o plantada con cultivos permanentes y transitorios en el 50,03% y el 78,24% respectivamente se aplicó algún tipo de insumo de origen químico y apenas en el 2,66% de la superficie cultivada con transitorios se usó insumos orgánicos. (INEC, 2016)



Universidad de Cuenca

### Gráfico 10: Porcentaje de la superficie donde se aplicó Fertilizantes y Plaguicidas.

(Orgánicos y Químicos)



Fuente: INEC, 2016  
Elaborado por: INEC

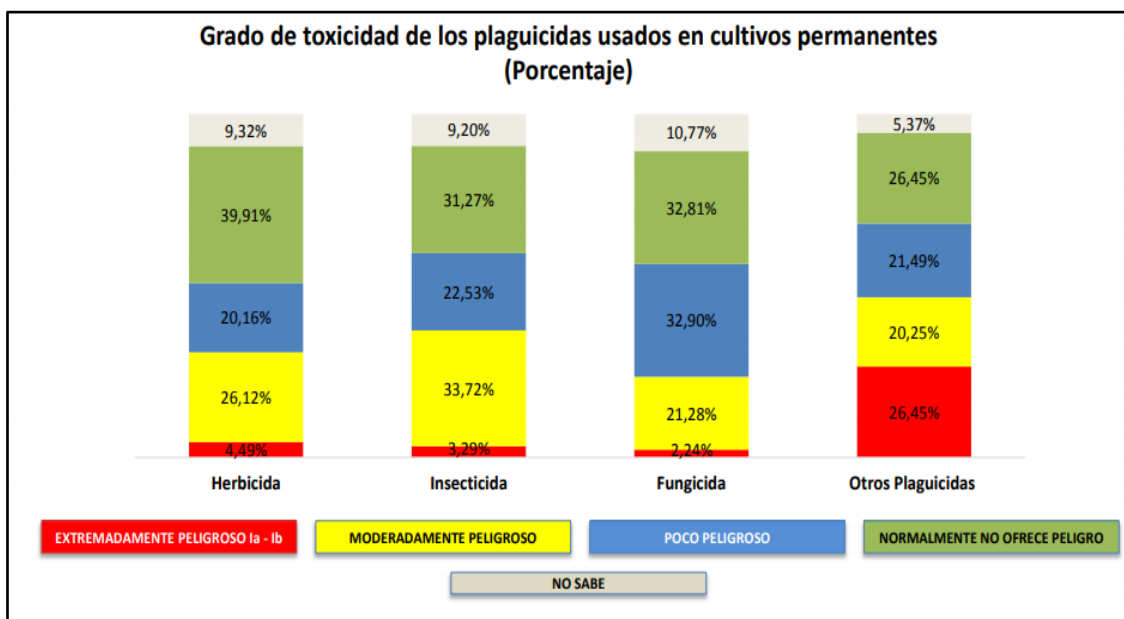
El uso de plaguicidas y fertilizantes químicos se lo realiza en cantidades altas para cultivos permanentes o transitorios, y está comprobado que el uso de insumos orgánicos es bajo, siendo esta una de las razones por lo cual se busca nuevas prácticas agrícolas orientadas a la protección de la salud y de la naturaleza.

#### Uso de plaguicidas por grado de toxicidad en cultivos permanentes

El uso de este tipo de sustancias es utilizado en la agricultura para combatir posibles agentes que afecten negativamente en los cultivos, por esto "...se puede notar que el uso de plaguicidas se enfoca hacia el uso de productos de etiqueta verde, esto se debe a que son cultivos de gran importancia

socioeconómica y muchos cuentan con paquetes tecnológicos establecidos para su manejo. (INEC, 2016)

**Gráfico 11:** Grado de toxicidad de los plaguicidas usados en cultivos permanentes



**Fuente:** INEC, 2016  
**Elaborado por:** INEC

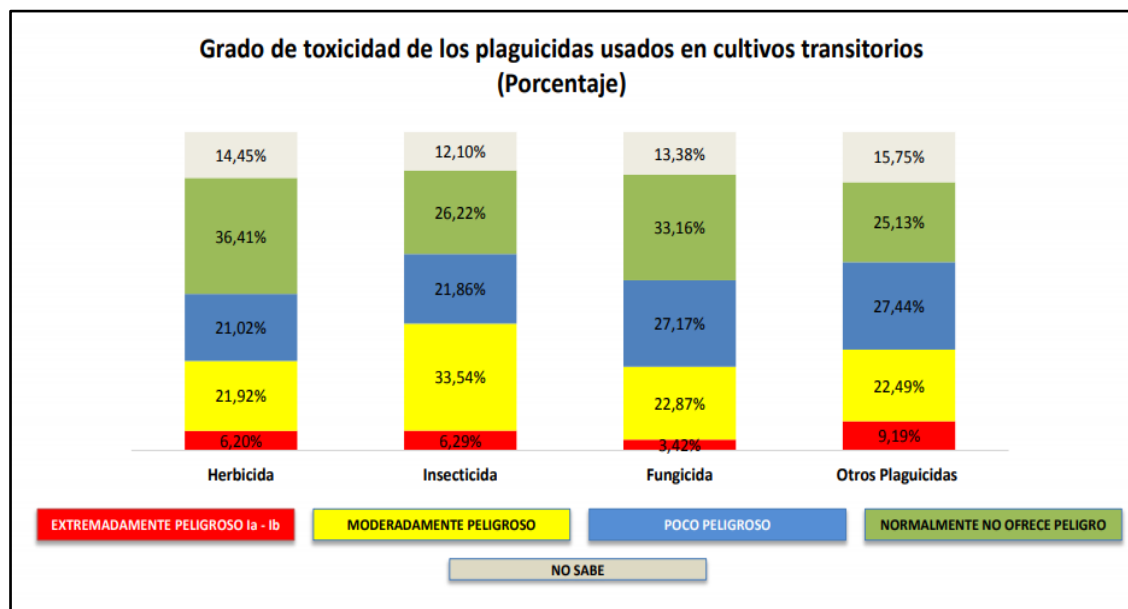
Si bien se busca disminuir el impacto de insumos químicos utilizando productos de etiqueta verde, aún se maneja plaguicidas moderadamente o poco peligrosos, lo que refleja la escasa preocupación de los productores convencionales en modificar las prácticas agrícolas.

### Uso de plaguicidas por grado de toxicidad en cultivos transitorios

En los casos estudiados, en los cultivos transitorios se denota que existe un uso más frecuente de productos extremadamente peligrosos, además de PP<sup>4</sup> que dicen desconocer que producto aplican a su cultivo. (INEC, 2016)

<sup>4</sup> **Persona productora (PP):** Es la persona natural o jurídica que tiene la responsabilidad del aprovechamiento de los terrenos, le corresponde la iniciativa técnica y económica (por ejemplo, como propietario) de la misma o compartirla con otros (como aparcerero).

**Gráfico 12:** Grado de toxicidad de los plaguicidas usados en cultivos transitorios



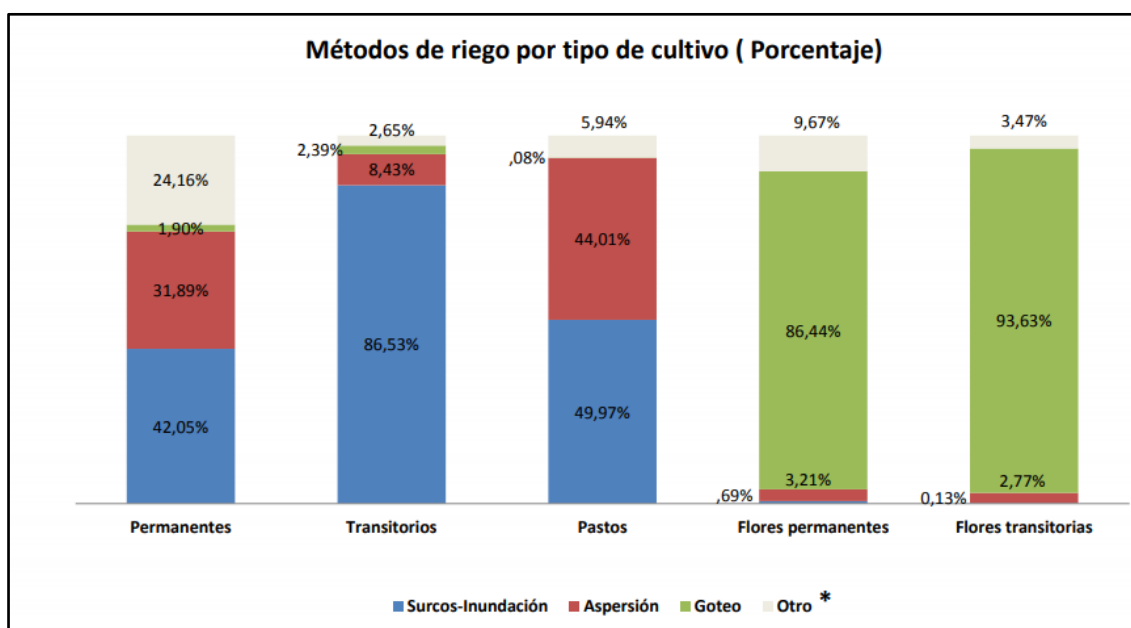
**Fuente:** INEC, 2016  
**Elaborado por:** INEC

Al ser desconocido el nivel de toxicidad de los plaguicidas no se puede garantizar la producción agrícola tradicional, provocando preocupación y desconfianza, siendo así, importante determinar y definir las técnicas adecuadas para el manejo de cultivos.

### Métodos de riego

Como se puede observar el gráfico N° 13, el principal tipo de riego de acuerdo a las diferentes variedades de cultivos es “el riego superficial por surcos a escala nacional, según datos de la ESPAC 2016, se estima cubriría el 56,06 % del área regada en el país” (INEC, 2016)

**Gráfico 13:** Métodos de riego por tipo de cultivo (Porcentaje)



\* Otro método de riego: nebulización, micro aspersión, exudación

Fuente: INEC- Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2016

### 3.1.4 Entorno Político

Las políticas públicas en las últimas décadas, con escasas excepciones, no han dejado de estimular y perpetuar la reprimarización de la economía agrícola; las agriculturas familiares y campesinas deben competir con industrias de capital como la minería a gran escala y cielo abierto, mega obras de infraestructura, expansión de monocultivos y monocrianzas industriales, la implementación de biocombustibles, plantaciones forestales e incluso la desordenada expansión urbana, todos ellos mecanismos de extractivos que en territorios rurales disputan el uso de agua y tierra que debiera estar disponible en la producción de alimentos sanos, diversos y apropiados. (IV JORNADAS AGROECOLÓGICAS, 2017, pág. 1)

A partir de la promulgación de la Constitución de la República del año 2008 y la Ley Orgánica de Soberanía Alimentaria en el 2009, se ha precautelado los derechos de la agricultura familiar campesina, mediante el fomento de incentivos hacia la producción de alimentos agroecológicos y orgánicos, el comercio justo y el consumo responsable de alimentos sanos, tratando de recuperar la soberanía alimentaria de nuestra sociedad.





## Universidad de Cuenca

Otra de la legislación de gran importancia para la agricultura familiar y la comercialización de productos agroecológicos es la Ley de Economía Popular y Solidaria que dentro del artículo 5 se menciona que es de interés público:

**Art.- 5.-** Declárase de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, y su ampliación a partir del resto de la economía popular, como mecanismo eficaz para construir el Sistema Económico Social y Solidario, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir a la estabilidad económica, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social. (IEPS, 2012, pág. 3)

El Estado reconoce la importancia de la agricultura familiar campesina mediante procesos legislativos que protegen e impulsan la economía popular y solidaria. Generando así responsabilidades en la administración pública en apoyo y respeto a la autonomía de organizaciones u asociaciones campesinas que coadyuven a su desarrollo.

### 3.1.5 Entorno legal

Entre algunas de las leyes que amparan el derecho de la agricultura familiar para la producción y comercialización de productos agrícolas, garantizando el acceso a alimentos sanos y de calidad, se puede citar la Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria los artículos 3, 14, 21, 22, 27.

**Artículo 3. Deberes Estado.-** Para el ejercicio de la soberanía alimentaria, además de las Responsabilidades

c) Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos; (LORSA, 2009, pág. 4)

**Artículo 14. Fomento de la producción agroecológica y orgánica.-** El Estado estimulará la producción agroecológica, orgánica y sustentable, a través de mecanismos de fomento, programas de capacitación, líneas especiales de crédito y mecanismos de comercialización en el mercado interno y externo, entre otros. (LORSA, 2009, pág. 8)

De la misma forma dentro del artículo 21 en referencia a la comercialización interna.



**Artículo 21.** Comercialización interna.- El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización. Además, procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización; y, fomentará mecanismos asociativos de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de alimentos, para protegerlos de la imposición de condiciones desfavorables en la comercialización de sus productos, respecto de las grandes cadenas de comercialización e industrialización, y controlará el cumplimiento de las condiciones contractuales y los plazos de pago. (LORSA, 2009, pág. 9)

En este contexto el abastecimiento interno será prioridad del estado por lo que el artículo 22 de la LORSA se menciona lo siguiente:

**Artículo 22.** Abastecimiento interno.- El Estado a través de los organismos técnicos especializados, en consulta con los productores y consumidores determinará anualmente las necesidades de alimentos básicos y estratégicos para el consumo interno que el país está en condiciones de producir y que no requieren de importaciones. (LORSA, 2009, pág. 10)

Por ende el Estado fomentará el consumo de productos agroecológicos, por lo que se puede evidenciar en el artículo 27 de esta misma ley.

**Artículo 27.** Incentivo al consumo de alimentos nutritivos.- Con el fin de disminuir y erradicar la desnutrición y malnutrición, el Estado incentivará el consumo de alimentos nutritivos preferentemente de origen agroecológico y orgánico, mediante el apoyo a su comercialización, la realización de programas de promoción y educación nutricional para el consumo sano, la identificación y el etiquetado de los contenidos nutricionales de los alimentos, y la coordinación de las políticas públicas. (LORSA, 2009, pág. 11)

### 3.1.6 Entorno Tecnológico

Existen propuestas tecnológicas que buscan el desarrollo de las comunidades rurales, por lo cual es necesario resaltar que la Agroecología, si bien se enfoca en saberes ancestrales, no está en contra del uso de recursos tecnológicos para impulsar y mejorar su producción, siempre y cuando este respete los



**Artículo 9.** Investigación y extensión para la soberanía alimentaria.-El Estado velará por el respeto al derecho de las comunidades, pueblos y nacionalidades de conservar y promover sus prácticas de manejo de biodiversidad y su entorno natural, garantizando las condiciones necesarias para que puedan mantener, proteger y desarrollar sus conocimientos colectivos, ciencias, tecnologías, saberes ancestrales y recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad. (LORSA, 2009, pág. 6)

### 3.2 Estudio de mercado

Previo a la implementación de la Feria Agroecológica de Cristo Rey es necesario realizar un análisis de la demanda, competencia y precios con el propósito de determinar los elementos y características adecuadas que permitan impulsar las ventas dentro de dicha feria, además de justificar su emplazamiento.

Los productos agroecológicos destinados para la comercialización son el resultado de la actividad agrícola de las comunidades campesinas y las diferentes organizaciones pertenecientes a la Red Agroecológica del Austro, en donde previo a la integración necesitan cumplir requisitos para garantizar la producción agroecológica, en base de saberes ancestrales y el respeto del medio ambiente al no utilizar agrotóxicos, lo cual está respaldado por el Sistema Participativo de Garantía SPG. A continuación se determinó la diversidad de alimentos de las diferentes organizaciones:

**Tabla 13:** Clasificación de productos de la Feria Agroecológica de Cristo Rey

Hortalizas	Lácteos
Frutas	Cárnicos
Plantas Medicinales	Comida típica
Medicina Ancestral	Otros

**Elaborado por:** Las Autoras



### **3.2.1 Metodología de la investigación de Campo**

Para la recolección de los datos se aplicó encuestas dirigidas a consumidores y productores, las cuales proporcionaron información relevante para el análisis de la investigación. Atendiendo a estas consideraciones se puntualizan los procedimientos aplicados.

#### **Diseño y resultados de encuestas de consumidores**

Una de las técnicas comúnmente empleadas para realizar investigaciones de campo es la encuesta, la misma fue utilizada para levantar información acerca de la Feria Agroecológica de Cristo Rey y los productos agroecológicos a ser comercializados, la encuesta fue estructurada en 18 preguntas.

La primera parte permite conocer el perfil del encuestado, en segundo lugar el principal objetivo fue conocer los hábitos de consumo de los hogares cuencanos, en relación al lugar, gasto y los factores que consideran importantes al momento de adquirir producto agrícolas, en tercer lugar determinar el grado de percepción que tienen los encuestados con respecto a la Feria Agroecológica, para conocer el respaldo que tiene la misma y por último se busca indagar cuál es la opinión que tienen las personas acerca de la producción agroecológica.

El cuestionario utilizado consta de preguntas de opción múltiple, de forma dicótomas, es decir de SI/NO, de escala de Likert y preguntas abiertas de manera que se pueda obtener respuestas concretas para el presente análisis. (Ver Anexo 4)

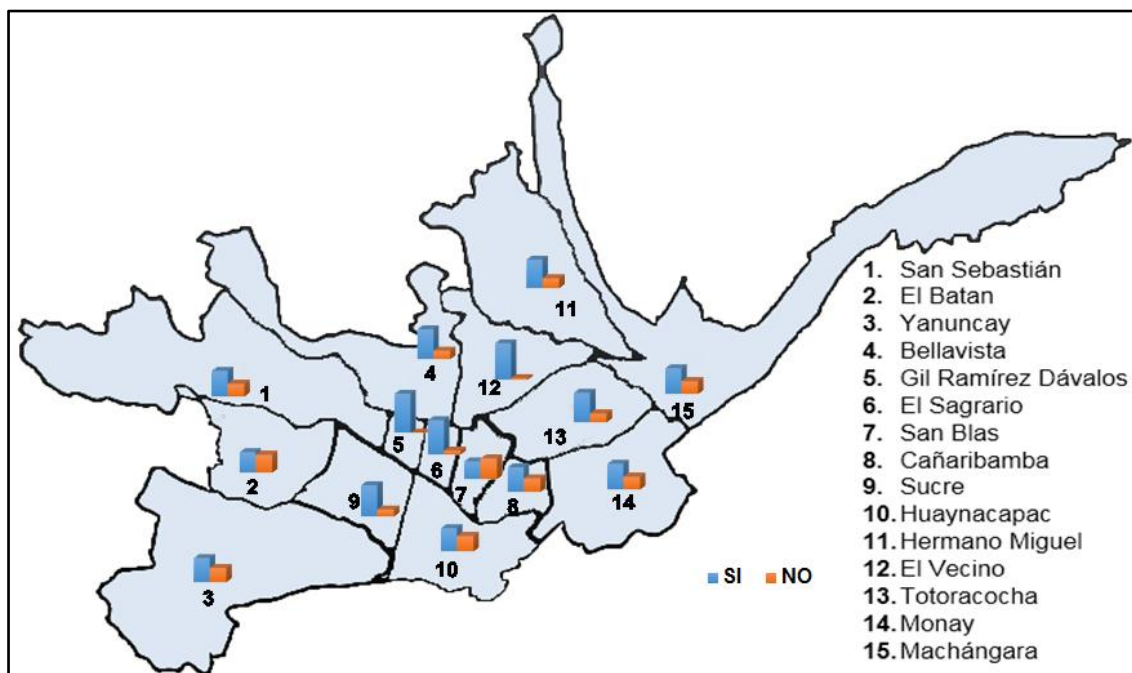
Con base en esto, entre los resultados más relevantes obtenidos durante la investigación para el estudio de la Feria Agroecológica de Cristo Rey, se puede destacar el gran interés que tienen las personas de las distintas parroquias urbanas en asistir a una feria agroecológica, con todo lo mencionado, a continuación se puede observar el porcentaje y grado de aceptación que tendría una feria agroecológica en cada parroquia, lo cual servirá de indicio para la implementación de nuevas ferias en la ciudad.

**Tabla 14:** Grado de aceptación por parroquia de una Feria Agroecológica

Grado de aceptación por parroquia					
Parroquias	SI	NO	Parroquias	SI	NO
Bellavista	84%	16%	Monay	100%	0%
Cañaribamba	86%	14%	San Blas	77%	23%
El Batán	79%	21%	San Sebastián	89%	11%
El Sagrario	100%	0%	Sucre	86%	14%
El Vecino	91%	9%	Totoracocha	93%	7%
Gil Ramírez Dávalos	100%	0%	Yanuncay	93%	7%
Huaynacapac	95%	5%	Hermano Miguel	79%	21%
Machángara	83%	17%	<b>Total</b>	<b>89%</b>	<b>11%</b>

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 14:** Mapa del área urbana de la ciudad de Cuenca – Grado de aceptación



Elaborado por: Las autoras

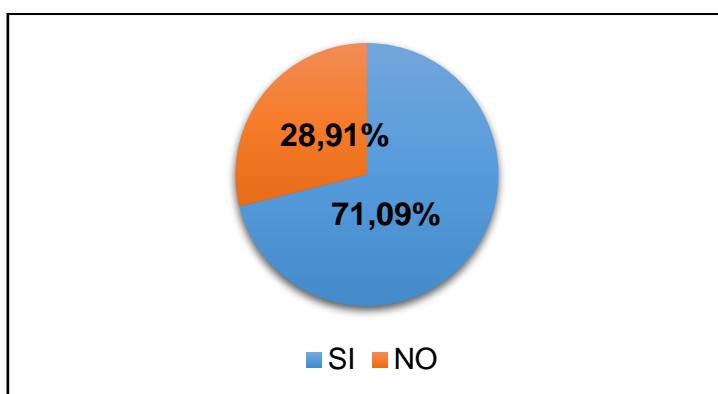
Con respecto al caso específico de la Feria Agroecológica de Cristo Rey de la parroquia Bellavista, se obtuvo que el 71,09 % de los hogares encuestados estaría dispuesto a asistir a la misma, siendo este un valor muy representativo,



## Universidad de Cuenca

la mayoría de los encuestados mencionaron que uno de los factores más importantes al momento de asistir al lugar de compra era la cercanía a su domicilio, pero esto nos les impedía asistir a otro lugar, de igual manera entre algunos de los motivos para asistir a esta feria era la seguridad de saber que eran productos naturales y libres de químicos. Mientras que el 28,91 % que representa a una respuesta negativa, declararon que no asistirá debido a que el lugar mencionado se encuentra lejos de acuerdo a opiniones expresadas por parte de los encuestados.

**Gráfico 15:** Porcentaje aceptación de la Feria Agroecológica de Cristo Rey



**Elaborado por:** Las Autoras

Otro dato importante, que proporcionó la investigación fue que los encuestados, comentaron que al momento de acudir a este lugar les gustaría encontrar variedad de productos como son: hortalizas y verduras con un porcentaje del 46,62 %, seguido de frutas con un porcentaje del 32,72 %, estos son algunos de los datos e información que ayudará a los productores de la Feria Agroecológica de Cristo Rey a comercializar más productos, satisfaciendo así las necesidades de la población cuencana. (Ver Anexo 5)

### 3.2.2 Análisis de la demanda

Para definir la demanda potencial, será necesario basarse en datos estadísticos de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda del Ecuador realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de acuerdo a esto, el cantón Cuenca está conformada por 22 parroquias rurales y 15 urbanas, para efecto de dicho estudio se tomó en cuenta las 15 parroquias



## Universidad de Cuenca

urbanas del cantón, y según el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Cuenca “el 65.64% de la población se concentra en el área urbana del cantón y el restante 34.36% se encuentra en el área rural” (Alcaldía De Cuenca, 2019), Además, “la Población económicamente activa del cantón Cuenca se concentra sobretodo en el área urbana con el 69%”, (Alcaldía de Cuenca, 2016, pág. 65), es decir que en la parte urbana, es en donde se ubica mayormente la zona comercial.

En consecuencia se establece el siguiente cálculo para estimar la demanda:

**Tabla 15:** Segmento de mercado

Variable de Segmentación	Característica	Datos	Fuente de información	Resultados
Geográfica	Cuenca			
Edades	18-70	209.245	INEC	
Estilo de Vida	Consumo de productos agrícolas	100%	Encuestas	209.245

**Elaborado por:** Las Autoras

El mercado potencial para la Feria agroecológica de Cristo Rey son todas las personas que viven en la ciudad de Cuenca entre edades de 18 y 70 años que consumen productos agrícolas, siendo este segmento de personas quienes cuenta con el poder adquisitivo para el consumo de estos productos.

### Mercado disponible

En las encuestas realizadas se incluyó la pregunta para determinar el interés en asistir a una feria agroecológica, dando a conocer previamente las características de los productos agroecológicos. Obteniendo como resultado un porcentaje del 89,10 % en respuesta positiva para la asistencia a estos lugares de comercialización. Con base en esto se detalla el siguiente cálculo:

**Mercado disponible** = Mercado potencial x Porcentaje de Aceptación

**Mercado disponible** = 209.245 x 89,1 %

**Mercado disponible** = **186.437**





### **Mercado Efectivo**

Para este cálculo se aplicó el resultado de la pregunta de aceptación de la feria agroecológica de Cristo Rey como es ¿Estaría usted dispuesto a acudir a una feria agroecológica en el sector de Cristo Rey?, proporcionando un resultado favorecedor de 71,09 % ya que se considera todas las personas en asistir a este lugar en específico.

**Mercado Efectivo** = Mercado disponible x Porcentaje de Aceptación de la  
FACR

**Mercado Efectivo**= 186.437x 71,09 %

**Mercado Efectivo = 132.538**

### **Mercado Meta o Mercado Objetivo**

Para efecto de dicho cálculo se considera atender el 0,5 % del Mercado Efectivo, porcentaje tomando en cuenta de acuerdo a la tabla del Anexo 6, la cual representa una guía para determinar la participación de mercado meta con base en diferentes criterios. De acuerdo a este sustento se aplica la siguiente fórmula:

**Mercado Objetivo** = Mercado Efectivo x Porcentaje de Mercado Meta

**Mercado Objetivo** = 132.538x 0,5 %

**Mercado Objetivo = 663**

El resultado de 663 personas es a nivel de toda la parte urbana de la ciudad de Cuenca, el cual puede ser un número de acuerdo al tamaño de la ciudad, pero también, se realizó una proyección a nivel de las principales parroquias que se localizan alrededor de la parroquia Bellavista, es importante realizar este análisis, ya que de acuerdo a la investigación realizada los resultados en algunas parroquias se obtuvo respuesta negativa en relación a la concurrencia de la feria, siendo un factor muy importante la distancia, en vista de que varias personas mencionaron que esta se encuentra lejos de su domicilio o no conocían dicho lugar.



### Proyección de la demanda

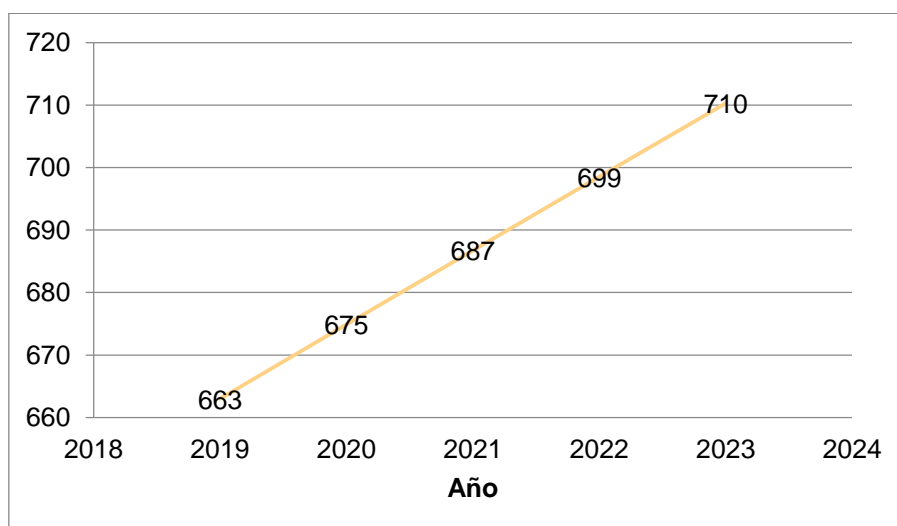
Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta el total del mercado objetivo de 663 personas, con una tasa de crecimiento poblacional proyectada hasta el año 2023.

**Tabla 16:** Proyección de la demanda

Año	Consumidores	TCP
2019	663	-
2020	675	1,7931%
2021	687	1,7545%
2022	699	1,7195%
2023	710	1,6817%

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 16:** Demanda de Feria Agroecológica Cristo Rey



**Elaborado por:** Las autoras

Es importante incrementar la demanda cada año con el fin de garantizar el funcionamiento de la feria a lo largo del tiempo, permitiendo mantener un espacio que ofrezca mejorar los ingresos de los productores agroecológicos y brindar la certeza del crecimiento de las ferias locales.

### Factores que pueden afectar la demanda

Considerando que los gustos y preferencias de las personas pueden variar con el pasar del tiempo, esto puede desencadenar que algunas personas que



concurran de manera esporádica a la feria agroecológica dejen de asistir, en consecuencia de que esta no cumpla con sus expectativas, es decir, que no proporcione la variedad que requieren para satisfacer sus necesidades, del mismo modo prefieran seguir comprando a sus proveedores actuales, lo cual está determinado directamente por sus costumbres, por lo que la demanda se puede ver afectada.

### **Precio**

El precio cumple dos funciones: por un lado, suministra información y por otro, genera incentivos. El precio es el indicador de la escasez de lo que se quiere intercambiar. Al comprador le indica la suma de la que se debe prescindir a fin de adquirir dicho producto; al vendedor, lo que obtendrá como ingresos por venta, y – simultáneamente- le da la visión de cuáles son los productos que tiene ávidos compradores y le posibilitarán incrementar sus ganancias. (Atucha & Gualdoni, 2018, pág. 11)





Otro factor importante que puede variar la demanda, es el precio, en consideración a que las personas al momento de realizar la compra buscan economía al adquirir los productos, tomando como referencia los precios de mercados cercanos al domicilio.

### **3.2.3 Análisis de la oferta de productos agroecológicos**

La oferta de productos agroecológicos en la ciudad de Cuenca se ha ido posesionando en los últimos años, debido a que algunas organizaciones como la Red Agroecológica del Austro, ha trabajado conjuntamente con empresas públicas para proporcionar espacios para que productores agroecológicos puedan comercializar sus productos.

En la siguiente tabla se muestran algunas de la oferta de ferias agroecológicas que se encuentran en la ciudad.

**Tabla 17:** Ferias Agroecológicas en la ciudad de Cuenca

Feria	Feria del Vergel	Feria El Carmen de Sidcay	Biocentro	Feria Pukushka
				
<b>Dirección</b>	Calle de las Herrerías, frente a la casa de Chaguarchimbana	Panamericana Norte y Humberto Toral León (Cancha El Carmen de Sidcay)	Calles La Pinta y Rodrigo de Triana (Detrás del Diario el Tiempo)	En La Chichería Av. Solano (Museo de los Metales)
<b>Horario de Atención</b>	Sábados de 06h00 a 12h00	Domingos a partir de la 07h00	Sábados y Miércoles	Miércoles de 7h00 - 12h00
<b>Creada por</b>	Empresa de Desarrollo Económico de Cuenca (EDED EP) y Red Agroecológica del Austro (RAA)	Empresa de Desarrollo Económico de Cuenca (EDED EP)	Red Agroecológica del Austro (RAA)	Red Agroecológica del Austro (RAA) y La Chichería
<b>Asociaciones que Comercializan en la Feria</b>	San Luis Beltrán de Ludo - Sol Naciente De Jima - Jatari Warmi de Jadan - Comuna Illapamba - Hermano Miguel - Nuevo Amanecer de Turi - Kallpa Warmi de Sayausi - Sierra Floreciente de Santa Ana - Quingeo Esperanza del Futuro - Mushuk Pakarina Gualaceo - Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo - Mesa de desarrollo económico de Nabón (incluye comunas y organizaciones base) - Wayunkita de Nabón - Bayán - Cañar Sumak Mikuna			Nuevo Amanecer de Turi - Jatari Warmi de Jadan - Hermano Miguel

**Elaborado por:** Las autoras

Como se puede observar desde varios años atrás se han establecido ferias agroecológicas, incrementándose la oferta de las mismas, para el fácil acceso de la población, con el fin de asegurar la soberanía alimentaria a la ciudadanía mediante espacios en donde puedan conseguir alimentos frescos y completamente locales.

### Competencia

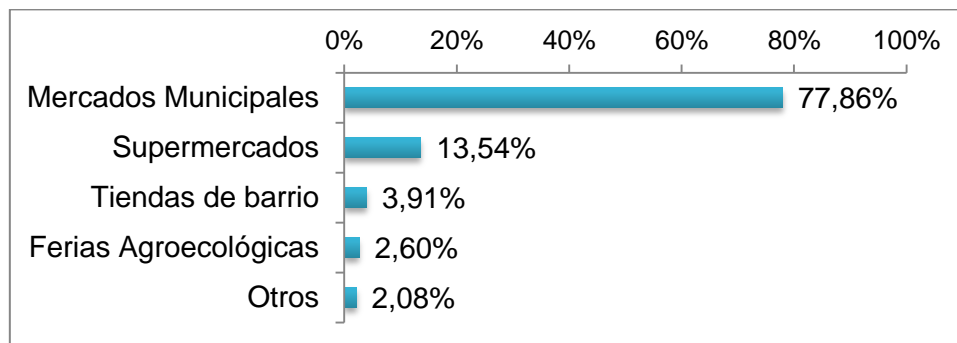
Es necesario conocer de cerca cuáles serían los principales consumidores, puesto que, los resultados obtenidos de las encuesta realizadas señalaron que entre los lugares a donde se acude con frecuencia a realizar las compras de productos agrícolas son los mercados municipales y supermercados de la ciudad, con un porcentaje representativo del 77,86 % y 13,54 %



Universidad de Cuenca

respectivamente, mientras que tan solo el 2,60% respondieron que asisten a ferias agroecológicas. Esto se puede observar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 17:** Lugares de compra de productos agrícolas



**Elaborado por:** Las autoras

En virtud de esto, se presenta una lista de los posibles competidores, lo cual ayuda a establecer las oportunidades de negocio en el mercado cuencano.

**Tabla 18:** Mercados populares en la ciudad de Cuenca

Mercados	Dirección
Mercado el Arenal (Feria Libre)	Av. De la Américas
Mercado 10 de agosto	Calle Larga 1147
Mercado 12 de abril	Guapondelig y General Eloy Alfaro
Mercado 27 de Febrero	Francisco Carrasco y Adolfo Torres
Mercado 3 de Noviembre	Calle Mariscal Lamar 12-86
Mercado 9 de Octubre	Gaspar Sangurima y Mariano Cueva
Mercado Miraflores	Miraflores

**Elaborado por:** Las autoras

**Tabla 19:** Supermercados concurridos en la ciudad de Cuenca

Supermercados	Dirección
Coral Hipermercados	Coral Centro
	Monay Shopping
	Mall del Rio
	Batan Shopping
Supermaxi	Av. De las Américas
	Av. Don Bosco y Miguel de Cervantes
	Alfonso Cordero
	Av. Elia Liut y Av. Gil Ramírez Dávalos
Gran AKI	Carlos Mariátegui

**Elaborado por:** Las autoras



### 3.2.4 Producto

Las diferentes organizaciones que forman parte de la RAA proporcionan hortalizas directamente de la huerta, además de frutas de temporada, así como cárnicos y lácteos elaborados artesanalmente, también la preparación de comida típica es parte de la demostración y la protección de saberes ancestrales que reflejan la gastronomía propia de la provincia. Adicionalmente está presente la medicina ancestral mediante la práctica de los conocimientos de las distintas comunidades campesinas.

Los alimentos agroecológicos se caracterizan por brindar mayores beneficios que los productos agrícolas convencionales, dado que utiliza prácticas ecológicas en los cultivos, mejorando los valores nutricionales de los productos.

**Tabla 20:** Incremento de los componentes de los productos orgánicos vs convencionales

Componente	Porcentaje de aumento en comparación a los alimentos convencionales
<b>Materia Seca</b>	+26
<b>Potasio</b>	+13
<b>Calcio</b>	+56
<b>Magnesio</b>	+49
<b>Hierro</b>	+290
<b>Cobre</b>	+34
<b>Manganeso</b>	+28
<b>Proteína</b>	+12
<b>Aminoácidos esenciales</b>	+35
<b>Nitratos</b>	+69
<b>Fósforo</b>	+6

Fuente: (Shan, 2006, pág. 39)

### 3.2.5 Precio

La fijación de precios de los productos agroecológicos se los realiza en referencia a los mercados locales, esto de acuerdo a la entrevista realizada a la coordinadora de la Red Agroecológica del Austro, estos precios se mantienen constantes para cada productor con el fin de mantener el cooperativismo y no crear competencia entre las diferentes organizaciones. Adicionalmente el



## Universidad de Cuenca

resultado de las encuestas aplicadas a productores, establecieron que el precio puede variar de acuerdo al tamaño del producto. (Ver Anexo 7)

El mercado de los productos agroecológicos presenta características propias de competencia perfecta, pues se considera un producto homogéneo, además que en este mercado existen muchos compradores y vendedores, el precio es fijado por el libre juego de la oferta y demanda, determinado de forma impersonal por el mercado.

### 3.2.6 Plaza

La agroecológica busca mejorar la economía popular y solidaria por medio de canales cortos de comercialización, pues reconoce el comercio justo para las familias agricultoras, aprovechando de esta forma la venta de los productos de forma directa, es decir sin la presencia de intermediarios. La comercialización se realiza en ferias agroecológicas en la ciudad de Cuenca de carácter permanente. Por lo cual el presente estudio se enfoca específicamente en la Feria Agroecológica de Cristo Rey, en donde se ofertan alimentos sanos de los pequeños productores hacia el consumidor final, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los productores agroecológicos, disminuyendo el riesgo de salud y el alza de los precios de los alimentos ecológicos para los consumidores, sin la presencia de intermediarios.

Se plantea un diseño de logotipo que permita identificar a la feria agroecológica entre los consumidores, el cual está compuesta visualmente por colores que forman parte de la identidad de las comunidades campesinas, como lo son el verde que se lo vincula con la naturaleza, el marrón que representa lo cultural, las tradiciones y el saber ancestral. Igualmente se observa el nombre de la feria resaltando el lugar debido a las características patrimoniales y se denota el consumo de productos naturales provenientes de la agricultura familiar, a la vez se propone el uso de las siglas FACR (Feria agroecológica de Cristo Rey) con el fin de establecer una referencia y crear simplicidad al momento de comunicarla.

### 3.2.7 Logo

**Ilustración 8:** Logotipo y slogan de la Feria Agroecológica de Cristo Rey



***Agroecología, tan completa que hace bien***

**Elaborado por:** Las autoras

### 3.2.8 Promoción y publicidad

**Gráfico 18:** Percepción de productos agroecológicos



**Elaborado por:** Las autoras

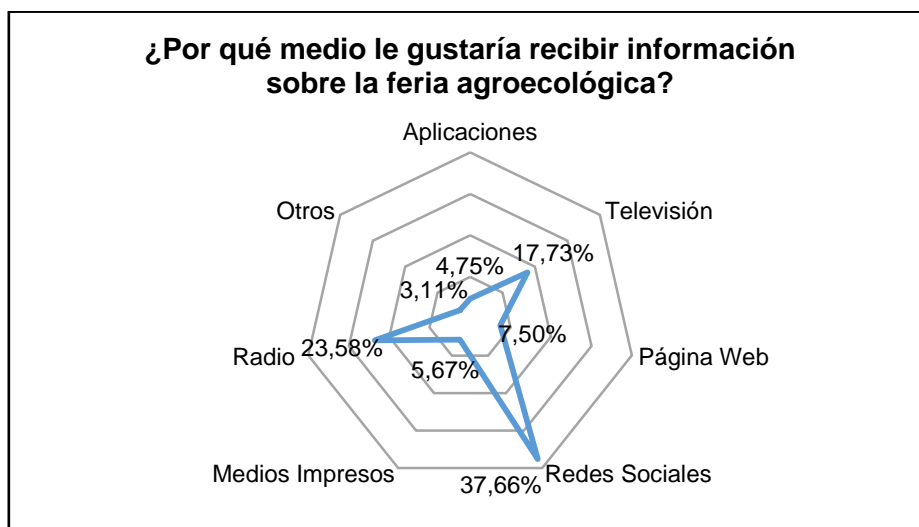
La información obtenida por medio de las encuestas aplicadas para potenciales consumidores indicó que un gran porcentaje de personas no conoce lo que es un producto agroecológico representando por el 44,27 % del total, así como las ventajas y beneficios que ofrecen. Por esta razón, es sustancial realizar publicidad para dar a conocer el valor agregado que brinda la agroecología.



## Universidad de Cuenca

La publicidad se propone realizar principalmente por radio y redes sociales, puesto que son los medios de comunicación, que fueron señalados en las encuestas con mayor porcentaje siendo 37,66 % y 23,58 % respectivamente.

**Gráfico 19:** Medios de comunicación más utilizados



**Elaborado por:** Las autoras

Así mismo es necesaria la creación de páginas web y la presencia en redes sociales. Es decir se busca la implementación de publicidad ATL<sup>5</sup> y BTL<sup>6</sup>, por participaciones en eventos culturales de la ciudad con el apoyo de la empresa pública, la implementación de “banners” y letreros detallando la diferencias con los productos agrícolas convencionales. (Ver Anexo 8)

Del mismo modo se desea incorporar cuñas publicitarias con el propósito de potenciar y explotar las características de los productos que ofrece la Feria Agroecológica de Cristo Rey, con spots publicitarios de 45 segundos informativos de mañana y mediodía en radios locales. Por lo mismo, se presenta el presupuesto de las radios en las cuales se podrá realizar la promoción. (Ver anexo 9).

### 3.2.9 Personas

Las relaciones con los clientes se deben fortalecer en favor de crear lealtad, por lo cual las organizaciones agroecológicas se rigen a reglas y normativas

<sup>5</sup> **Above the line (ATL):** Se realiza la publicidad por medio de canales indirectos de comunicación como radio y televisión.

<sup>6</sup> **Below the line (BTL):** Se aplica a un segmento específico de personas por medio de canales directos como redes sociales y correo electrónico.





## Universidad de Cuenca

que permiten a los productores brindar información y un adecuado servicio al cliente, dando origen a una imagen de feriantes que sean reconocidos por su capacidad y conocimientos, no solo enfocada al producto agroecológico.

### **3.2.10 Procesos**

Es importante destacar el proceso que siguen los productores agroecológicos, para formar parte de una organización y su vez de la RAA, para garantizar la producción con base en el SPG. Cada productor, debe cumplir con requisitos y de esta manera formar parte de los canales cortos de comercialización agroecológicos dentro de la ciudad de Cuenca.

### **3.2.11 Elementos Físicos**

La parte física de la feria es de vital importancia para brindar a productores así como clientes elementos adecuados para la comercialización como lo son: carpas, mesas, sillas, estanterías y acceso a diferentes servicios básicos. Esto se deberá regir a una adecuada distribución de los feriantes de acuerdo a lo establecido por la RAA y la EDEC EP en cumplimiento con los principios de agroecología, realizando este procedimiento de forma participativa.

## **3.3 Estudio técnico**

Acerca de la viabilidad del emplazamiento de la feria agroecológica en el sector de Cristo Rey se enfoca en un análisis que toma en cuenta varios aspectos como son: movilidad, accesibilidad, uso de suelo, características ambientales y de terreno, potencialidad de servicio. Igualmente se busca establecer un análisis, valorando cuantitativamente y cualitativamente el sector para determinar la viabilidad técnica de implantar una feria. Para el caso, se inicia con la localización del lugar.

### **3.3.1 Localización**

El proyecto se ubica dentro del cantón Cuenca, en el área urbana específicamente en la parroquia Bellavista, está rodeada de las siguientes parroquias: San Sebastián, Gil Ramírez Dávalos, El Sagrario, El Vecino. En el sector existe un espacio que puede ser utilizado para la realización de la feria.

### 3.3.2 Aspectos Geográficos

La feria agroecológica se ubicará en el sector Cristo Rey, como se puede apreciar en la ilustración N° 9, el cual tienen las siguientes coordenadas geográficas.

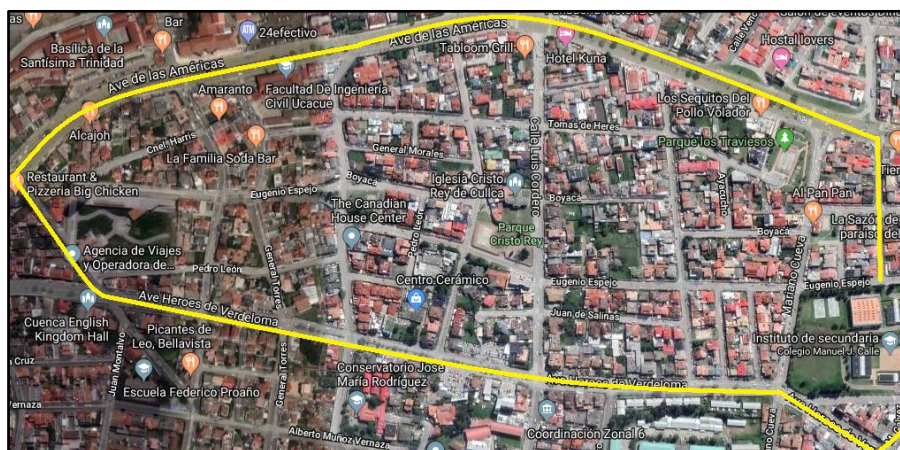
- Latitud: -2.886943
- Longitud: -79.002834
- Altitud sobre el nivel del mar: 2580 m

**Tabla 21:** Descripción del lugar

Cantón	Nombre de la parroquia	Nombre del barrio	Área
Cuenca	Bellavista	Cristo Rey	Urbana

**Elaborado por:** Las autoras

**Ilustración 9:** Macro localización del proyecto



**Fuente:** Google Maps

### 3.3.3 Aspectos de Infraestructura

Dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, está impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria para lo cual plantea la siguiente política en el inciso “5.1 Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas” (Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021, pág. 83).



## Universidad de Cuenca

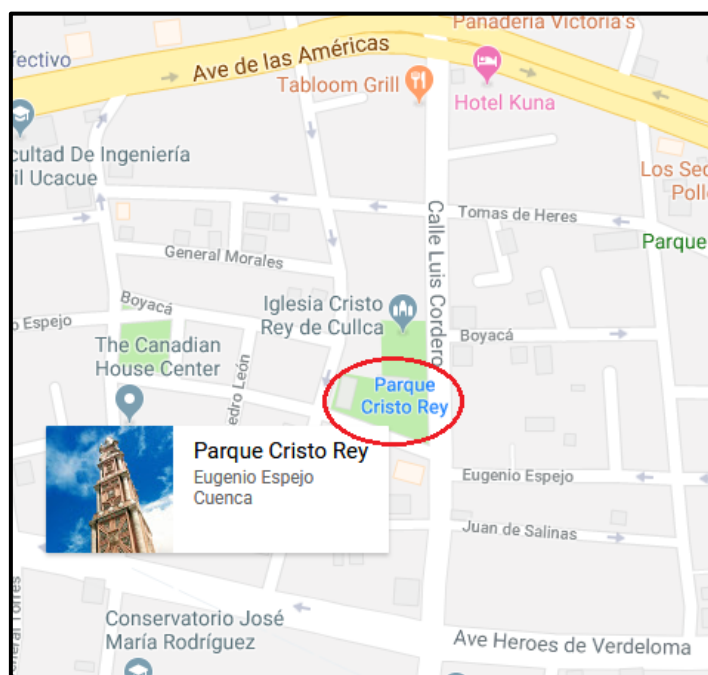
Estudios contemporáneos sobre el patrimonio cultural hacen hincapié en la importancia del uso social y procesos de apropiación, como un elemento esencial en conservación del patrimonio cultural de las sociedades. En este sentido “...el patrimonio cultural encierra el potencial de promover el acceso a la diversidad cultural y su disfrute. Puede también enriquecer el capital social conformando un sentido de pertenencia, individual y colectivo, que ayuda a mantener la cohesión social y territorial...” (UNESCO, 2014, pág. 132). Entonces es el uso y la apropiación simbólica lo que le dotan de vitalidad y sentido a los centros históricos y a los espacios patrimoniales.

El principal objetivo de la comisión de Áreas Históricas y Patrimoniales del cantón constituye garantizar la salvaguardia y la conservación del patrimonio cultural material e inmaterial; en ese sentido, las actividades que la Red Agroecológica realizaría en la Iglesia de Cristo Rey, no atentan a ninguno de los valores patrimoniales del espacio; lo contrario, dotan de sentido al sitio patrimonial. (EDEC EP, 2018)

En definitiva, el uso de las plazas por parte de los productores agroecológicos potencian otras formas de saberes ancestrales y tradicionales, de patrimonios y relaciones sociales, dado que, las actividades y tradiciones no necesariamente se realizan al interior, por esta razón, debe existir una relación entre el campo y la ciudad, lo que precisamente ocurrían en las plazas públicas de la ciudad de Cuenca en años pasados.

El proyecto se ejecutará en la parte inferior donde está situada la iglesia de Cristo Rey, este espacio está ubicado en la calle Eugenio Espejo y Luis Cordero, con las siguientes coordenadas decimales 2°53'13,6"S 78°00'09,3"W<sup>1</sup>

### Ilustración 10: Micro localización del proyecto



Fuente: Google Maps

#### 3.3.4 Tamaño y capacidad del proyecto

El área localizada para la implementación tiene una superficie de 150m<sup>2</sup>, la cual se encuentra rodeada de espacio verde, en donde existe un monumento y la iglesia que forma parte de las áreas históricas de la ciudad.

De acuerdo a información brindada por la empresa EDEC EP, en la superficie se puede colocar un máximo de 18 carpas, con una medida de 2m x 2m, que brindará un servicio a más de 3.000 habitantes, sin que esto afecte el recorrido de las personas que visitan el lugar, permitiendo aprovechar las facilidades ofrecidas.

#### 3.3.5 Factores que determinan la mejor ubicación del Proyecto

Entre los factores que determinaron la mejor ubicación de la Feria Agroecológica en Cristo Rey está la accesibilidad y las características de entorno. El lugar cuenta con una infraestructura adecuada y con servicios públicos como son: electricidad, agua, pavimentación, seguridad ciudadana, transporte, entre otras ventajas. (Ver Anexo 10)



## Universidad de Cuenca

Es necesario señalar otra ventaja, el lugar es considerado como un atractivo turístico, puesto que desde este lugar se puede observar la urbe cuencana. Por estas razones este sitio es considerado como el mejor para la colocación de la feria, de acuerdo a la siguiente matriz:

**Tabla 22:** Matriz de Descripción

<b>Ámbito</b>	<b>Características</b>
Accesibilidad y Movilidad	Las vías de acceso son: como Av. Principal Luis Cordero. Calles de intersección Eugenio Espejo y Tomas de Heres. Las vías son asfaltadas y están en buen estado.
Lineamiento de Usos en el Espacio Público según el POUC	El Plan de Ordenamiento Urbano determina que en los parques pueda generarse actividades culturales y sociales, así como el fomento de multifuncionalidad.
Características de Terreno y Área Disponible	Las áreas consideradas para el desarrollo de las feria agroecológica es de: Plazoleta ingresando por la Luis Cordero: 300 m2
Potencialidad de Servicio	De acuerdo a la ubicación este espacio podría dar servicio a más de 3000 habitantes y de acuerdo a sus áreas considerando 8m2 por puesto: Plazoleta ingresando por la Luis Cordero: 300 m2.
Usos de Suelo	De acuerdo a los usos de suelo de la ordenanza en vigencia, este tipo de usos es compatible en el sector.
Ventajas	Tiene 3 vías principales de acceso, en buen estado: Por la Av. De las Américas y Francisco Tamariz. Por la Av. Héroes de Verdeloma y Luis Cordero, y por la Mariano Cueva y Eugenio Espejo. Se puede llegar en la línea 4 de transporte público. La 16 Mutualista Azuay – Monay, la 20 Mutualista Azuay – Kennedy, la 24 Auqilula – Miraflores, y la 27 Baños – Sinincay Cercana de 4 barrios de la ciudad: Humbolt, El Cárcel, Bellavista y Boyacá. Se ubica en un área residencial. Servirá a una población de más de 4.000 habitantes El uso de espacios está limitado a horas y días específicos de la semana que no cruzan con el horario de la feria agroecológica.
Desventajas	La mayor dificultad es que no existe un área extensa de estacionamiento, sin embargo esta desventaja se cubre con las calles aledañas que son largas y donde si está permitido estacionar.

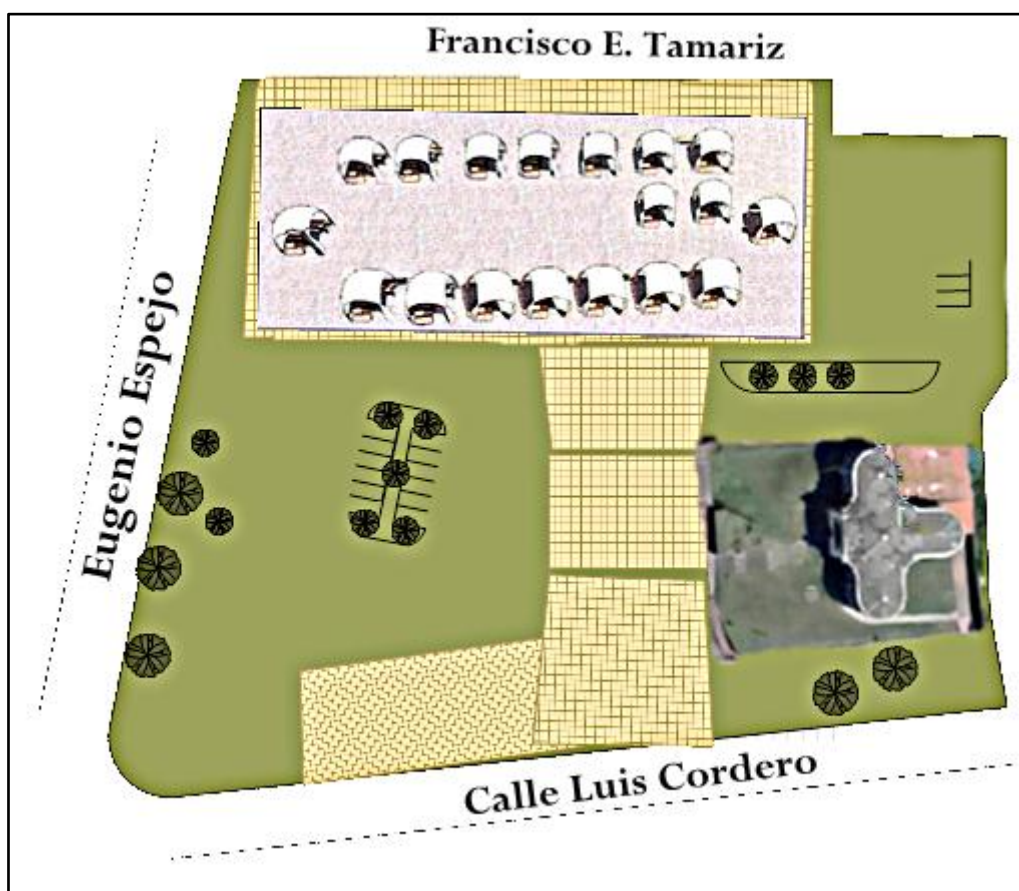
**Fuente:** (EDEC EP, 2018)



### 3.3.6 Distribución de las carpas (Layout)

La distribución de las carpas se estableció mediante una asamblea entre representantes de cada una de las asociaciones que pertenecen a la Red Agroecológica del Austro, conjuntamente con representantes de la empresa EDEC EP a fin de que cada asociación escogida aporte variedad a la feria en relación a producción agroecológica.

**Ilustración 11:** Layout de la Feria Agroecológica



**Elaborado por:** Las autoras

### 3.3.7 Especificaciones generales de las áreas de la feria

Se determinó que una implementación de 18 carpas, ubicadas de forma cuadrangular en el lugar indicado, además de destinar una carpa específica de acuerdo al tipo de producto y servicio a ser comercializado.



**Tabla 23:** Distribución de carpas

Productos y Servicios	Nº de Carpas
Hortalizas, Frutas, Lácteos y Cárnicos	13
Comida típica	2
Medicina Ancestral	1
Clientes	2

**Elaborado por:** Las autoras

### 3.3.8 Mobiliario y elementos

El mobiliario para la apertura de la feria agroecológica representa un papel importante al influir en las actividades ejecutadas. Por eso, la planificación considera aspectos que permitan cubrir las necesidades de los involucrados y el lugar, en donde cada elemento sea funcional y cuente con las especificaciones correctas con el fin de crear el ambiente adecuado.

En este caso el presupuesto para la implementación, se refiere a equipamiento físico como: sillas, mesas y estantería en donde cada uno de los productores podrán exhibir sus productos.

En términos generales, la inversión en mobiliario y equipo comprenderá los siguientes rubros:

**Tabla 24:** Costo de mobiliario EDEC EP

Nº	Partida	Precio
1	Carpa 2m x 2m, con cubierta de lona y estructura metálica y exhibidores de madera	\$ 251,37
2	Vestidores con estructura metálica y cubierta de lona blanca	\$ 347,2
3	Silla plásticas	\$ 10,64
4	Mesas plegables de 90cm x 2m de madera	\$ 106,4

**Fuente:** (EDEC EP, 2018)

**Elaborado por:** Las autoras

### 3.3.9 Estructura legal

La estructura legal que se contempla dentro del proyecto, se basa en disposiciones y reglamentos vigentes para el adecuado funcionamiento de la feria agroecológica, por este motivo es importante prever cada requerimiento legal en torno a la implementación, para evitar problemas que deriven en



## Universidad de Cuenca

sanciones o multas afectando así la operatividad de la misma. En este contexto algunos de los requerimientos legales son:

El permiso de la Dirección de Áreas Históricas, proporciona una hoja de ruta. Entre los cuales establece los requisitos para la implementación de la Feria Agroecológica ( Ver Anexo 11), de estos se puede resaltar los siguientes requerimientos:

- Solicitud al señor director de Áreas históricas y patrimoniales pidiendo autorización para realizar el evento.
- Permiso del cuerpo de bomberos para el evento.
- Copia de la cédula de identidad pasaporte o copia del Ruc.
- Croquis y logística del evento. (Consta en el plan de contingencia en A4)
- Validación del plan de contingencia por parte de la Dirección Municipal de Gestión de Riesgos, Guardia Ciudadana y/o Policía Municipal y Comandancia de Policía del Azuay. (Ver formato Anexo 12)
- Pago de la tasa de limpieza del EMAC EP.
- Oficio de conocimiento del evento por parte de la Guardia Ciudadana- Policía Municipal, Cuerpo de Bomberos, EMOV EP. (Ver formato Anexo 13 y 14)

### **Requisitos adicionales para participantes**

- Certificado de salud - entidad pública
- Formar parte de la RAA

Cabe resaltar que internamente en la Red Agroecológica del Austro se debe cumplir condiciones estipuladas, como lo es la elaboración de oficios de cada una de los interesados en participar en la feria.

### **3.4 Análisis Económico**

Heifer es una fundación que apoya el desarrollo rural en el Ecuador e impulsa la agroecología, creando diversos proyectos en comunidades campesinas, entre ellos se encuentran planes de negocios para ferias agroecológicas del norte del país. En este apartado se ajustó la metodología de su plan financiero,





adaptándolo a este estudio con el objetivo analizar los beneficios de los productores agroecológicos participantes en la feria de Cristo Rey, cabe destacar que tal análisis se realiza bajo supuestos pues (HEIFER, 2016) establece que:

**Nota Metodológica:** No es recomendable realizar el análisis financiero de una feria agroecológica, ya que es un ejercicio comercial colectivo el cual se realiza en un lugar común, sin embargo la oferta y venta de los productos es realizado individualmente por cada productor, es decir las comidas preparadas, las hortalizas, tubérculos y frutas que son llevadas a la feria, deben ser vendidas por cada uno de los feriantes y las ganancias generadas en la feria van directamente a los ingresos de cada familia. (pág. 43)

En este contexto, se detalla los supuestos y proyecciones aplicadas para el cálculo de los beneficios que pueda generar la feria, así como en el tiempo en el cual podría ser recuperada la inversión, realizándose así un análisis del VAN y TIR en favor de los beneficios económicos que serán destinados a la agricultura familiar.

### 3.4.1 Presupuesto de inversión de la feria agroecológica.

Para la elaboración del presupuesto se consideró lo siguiente supuestos:

- Los rubros N°1 y N°2 para el componente de fortalecimiento de la producción agroecológica se basan en información obtenida por medio de encuesta aplicadas a productores participantes en la feria, estableciendo así un valor promedio general para cada feriante a pesar de que no todos necesariamente incurren en estos costos. (Ver Anexo 16)
- Se considera rubros que nacen a partir de la investigación los cuales son propuestos en favor de la feria agroecológica.
- Los valores en el componente de comercialización están conformados por inversión realizada por parte de la empresa EDEC EP, quienes apoyaron económicamente en la creación del espacio de comercialización.



**Tabla 25:** Inversión de la Feria Agroecológica Cristo Rey

Presupuesto de La Feria Agroecológica de Cristo Rey					
Componente	Rubro	Unidad	Cantidad	Costo	Costo Total
				Unitario	
Fortalecimiento de la producción agroecológica	Insumos para la realización de fertilizantes orgánicos para la producción	Unidad	24	\$ 916,65	\$ 21.999,60
	Mano de obra para el mantenimiento de cultivos	Unidad	24	\$ 836,40	\$ 20.073,60
	Proceso de carnetización y asociación a la RAA	Unidad	24	\$ 20,00	\$ 480,00
	Subtotal				\$ 42.553,20
Comercialización de hortalizas, tubérculos, frutales agroecológicos, comida típica, medicina ancestral.	*Carpa 2m X 2m, con cubierta de lona y estructura metálica y exhibidores de madera	Unidad	16	\$ 251,37	\$ 4.021,92
	*Vestidores con estructura metálica y cubierta de lona blanca	Unidad	2	\$ 347,20	\$ 694,40
	*Silla plásticas	Unidad	18	\$ 10,64	\$ 191,52
	*Mesas plegables de 90cm x 2m de madera	Unidad	16	\$ 106,40	\$ 1.702,40
	Balanza metálica camry 50 kilogramos 110 libras	Unidad	3	\$ 40,00	\$ 120,00
	Gavetas cubetas plásticas modelo ecológico color gris		72	\$ 12,00	\$ 864,00
	Hielera cooler termo termica espuma flex 20 litros		2	\$ 6,50	\$ 13,00
	Mantel de lona 2m x 1m		16	\$ 10,00	\$ 160,00
	Cocina industrial de 2 quemadores		1	\$ 120,00	\$ 120,00
	Subtotal				\$ 7.887,24
Difusión de la feria y propuesta de promoción	º Letrero promocional de la feria de 2 m² en lona con ojales.	m²	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	º Banner Roll up de 80cm x 2m en lona promocional de la feria	Unidad	1	\$ 45,00	\$ 45,00
	º Impresiones en laser a full color en A3 para 8 folletos mas recorte.	Unidad	25	\$ 1,40	\$ 35,00
	Evento de lanzamiento, ceremonia de	Horas	2	\$ 24,00	\$ 48,00
Subtotal				\$ 168,00	
Administración de la feria	Material de la Directiva			\$ 10,00	\$ 10,00
	Subtotal				\$ 10,00
Inversión Total				\$ 50.618,44	
Porcentaje de Aportación (EDEC EP)					13,06%
Porcentaje de Aportación (productores)					86,94%

\* Rubros que forman parte de la aportación de la EDEC EP

° Rubros propuestos para el proyecto.

**Fuente:** Encuesta Productores y EDEC EP

**Elaborado por:** Las autoras

El presupuesto de inversión total es de 50.618,44\$ en favor de la comercialización de productos agroecológicos para la Feria Agroecológica de Cristo Rey, bajo parámetros previamente establecidos se determina que los productores tiene un porcentaje de participación de 86,94 % consecuentemente la empresa EDEC EP apporto un porcentaje de 13,06 %.

### 3.4.2 Costos de comercialización.

Entre los costos que se tuvieron en cuenta para el cálculo están el transporte de cada uno de los feriantes de un día de feria, además, la alimentación por día de cada feriante se estableció con base en lo siguiente.

- El costo de transporte y movilización se determinó de forma individual, acorde a la información brindada por los productores a través de las encuestas efectuadas. (Ver Anexo 17)
- El rubro de alimentación se desarrolló con base en el criterio de que cada almuerzo tiene un valor de dos dólares, incurridos por cada feriante.

**Tabla 26:** Costos de comercialización

Concepto	Unidad	Cantidad	V/UNIT.	Total Mensual	Total Anual
Transporte y movilización para la comercialización en la feria	Movilizaciones			\$ 817,60	\$ 9.811,20
Almuerzo del día de feria	Un almuerzo	24	\$ 2,00	\$ 192,00	\$ 2.304,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 1.009,60</b>	<b>\$ 12.115,20</b>
Aporte de los feriantes para la tesorería	unidad	24	\$ 1,25	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Montaje de carpas y stands		18	\$ 3,00	\$ 216,00	\$ 2.592,00
Fundas plásticas y envases				\$ 52,40	\$ 628,80
Arriendo + servicios básicos				\$ 50,00	\$ 600,00
Otros gastos				\$ 60,00	\$ 720,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 498,40</b>	<b>\$ 5.980,80</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 1.508,00</b>	<b>\$ 18.096,00</b>

**Fuente:** Encuesta Productores  
**Elaborado por:** Las autoras

### 3.4.3 Ingresos de la Feria Agroecológica de Cristo Rey

En cuanto al análisis de los ingresos es preciso resaltar el propósito de este estudio, en donde se desea conocer el aporte económico que la feria agroecológica proporciona a la agricultura familiar, frente a esto los ingresos están estimados conforme la información obtenida directamente de los productores y sus percepciones en el nivel de ventas.

Se aclara que solo como ejercicio de cálculo y para conocer si la inversión realizada es recuperada, se plantea el siguiente flujo de caja bajo condiciones y supuestos que permitan aplicar los métodos de análisis financieros básicos como el VPN y TIR.

Para el cálculo del Valor Actual Neto se aplicó la siguiente fórmula:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Dónde:

**VPN o VAN** = Valor presente neto / Valor actual Neto

**P** = Inversión

**FNE** = Flujo neto de efectivo

**i** = Tasa de descuento

Dentro del análisis se contempló una tasa de descuento del 12 % para el cálculo del valor presente neto, la cual es utilizada para proyectos sociales de inversión pública en el Ecuador, puesto que "...el 12% que es la tasa que se aplica a nivel de proyectos del sector público para inversiones y que se constituye en un promedio de la tasa activa referencial del Banco Central durante los últimos años." (CES, 2016, pág. 57)

#### Tasa interna de rendimiento (TIR)

En los canales cortos de comercialización las utilidades son retribuidas directamente y de forma individual a los productores agroecológicos, sin embargo la aplicación de la TIR se realiza de forma general para todos los participantes en la Feria Agroecológica de Cristo Rey, de esta forma se puede



## Universidad de Cuenca

determinar si la inversión a realizarse es conveniente y favorece a la agricultura familiar, además de validar el proyecto de Agroecología y Soberanía Alimentaria. en favor del desarrollo local.

La fórmula de la TIR definida como “la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (Baca Urbina, 2010, pág. 184)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

### 3.4.4 Flujo de Caja

El flujo de caja se desarrolla con los ingresos y costos para cinco años, aplicando una metodología básica financiera, debido al contexto en el que se desarrolla la feria, pues todas las organizaciones de agricultura familiar forma parte de la economía popular y solidaria, por esta razón el estudio está enfocando como parte de la finanzas solidarias y dentro de esta caracterizándose como finanzas populares, de acuerdo a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Las finanzas populares que muchas veces no llegan a conformarse en entidades como tales pero dan cuenta de prácticas difundidas entre los sectores populares para la satisfacción de sus necesidades (como el autofinanciamiento entre familiares y vecinos, los círculos de ahorros rotativos, el ahorro no monetario. (SEPS, 2013)

**Tabla 27:** Flujo de Caja de la Feria Agroecológica de Cristo Rey

Flujo de Caja	Años					
	0	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>	\$ 50.618,44	\$32.400,00	\$32.980,96	\$33.559,62	\$34.136,67	\$34.710,75
<b>Costos</b>		\$18.096,00	\$18.242,58	\$18.279,06	\$18.215,09	\$18.062,08
<b>Total</b>	\$-50.618,44	\$14.304,00	\$14.738,39	\$15.280,55	\$15.921,59	\$16.648,67

**Fuente:** Encuesta Productores

**Elaborado por:** Las autoras

En vista de lo anteriormente mencionado el cálculo fue realizado a través de la pregunta N° 15 de la encuesta de productores, ¿En un día normal de feria cuál es su ingreso total?, detallando así el ingreso total por día de venta de cada



## Universidad de Cuenca

uno de los feriantes, considerando este valor bajo el supuesto que es constante para cada día de feria, datos que posteriormente fueron proyectados para los siguientes años. (Ver Anexo 18 y 19).

Se estima una TIR de 15,32 % y VAN positivo, lo que representa una recuperación de la inversión.

### 3.4.5 VAN y TIR

**Tabla 28:** VAN y TIR

Tasa	12%
VAN	\$ 4.344,09
TIR	15,32%

**Elaborado por:** Las autoras

Si bien el VAN de 4.344,09 \$ es representativo indicando así la recuperación de la inversión y generación de ingresos, se debe tener claro que es un valor calculado en conjunto de toda la información obtenida por parte de los productores, habitualmente estos ingresos permiten sustentar necesidades de las familias agricultoras, quienes generalmente suelen incurrir en compras realizadas dentro de la ciudad, ejecutándose de esta forma el intercambio urbano rural.



## **CAPÍTULO IV DISEÑO ORGANIZACIONAL Y PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO**

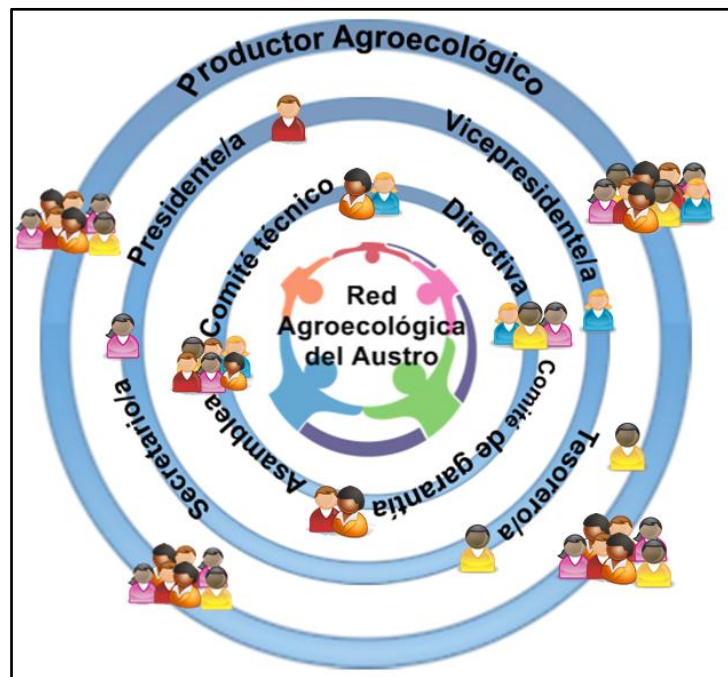
### **4.1 Estudio Organizacional**

Es conveniente explicar la estructura organizacional de la feria agroecológica, para precisar las características de las asociaciones participantes. Además, permite puntualizar y determinar las responsabilidades de quienes la conforman y conocer los procedimientos para formar parte de la Red Agroecológica del Austro.

Entre los principios de agroecología, se busca promover dentro de las organizaciones de agricultores la auto-organización, de igual modo se incentiva su participación en la toma de decisiones. En este caso, se aclara que lo descrito está en concordancia con lo resuelto en asambleas realizadas entre productores agroecológicos y la EDEC EP.

#### **4.1.1 Estructura organizativa del Feria Agroecológica de Cristo Rey**

La estructura organizativa de la Feria Agroecológica de Cristo Rey, se plantea delegando responsabilidades, permitiendo mantener una eficiente gestión en las actividades a desarrollarse. Se propone un organigrama circular, reconociendo así la autonomía de los productores agroecológicos al no definir una jerarquía de mando, detallando únicamente las diferentes unidades conformadas en este sistema.



**Elaborado por:** Las autoras

La estructura de las ferias creadas conjuntamente con la Red Agroecológica del Austro, contempla una directiva elegida mediante reunión, por otra parte muestra las relaciones con las diferentes grupos representadas por autoridades locales que tienen la función de controlar el cumplimiento de la normativa interna.

- **Red Agroecológica del Austro:** La red está conformada por todas las asociaciones de base de productores agroecológicos.
- **Comité técnico locales:** “..nacen desde la necesidad de ir trabajando conjuntamente entre organizaciones, instituciones públicas y privadas que trabajan en un mismo cantón.” (Echarri L., 2012)
- **Comité de garantía territorial:** “...es la instancia responsable del Sistema de Garantía Local, SGL y será responsable de las decisiones que tome a este respecto frente a los Comités en pleno.” (Echarri L., 2012)
- **Asamblea:** Representantes de cada organización se reúnen un día al mes con el fin de tratar temas de incidencia en la agroecológica, en donde cada uno debe comunicar lo resuelto a las organizaciones base, “... las diferentes organizaciones de productores/as, las instituciones





públicas y privadas, conforman la Asamblea de la Red.” (Echarri L., 2012).

El directorio de la Feria Agroecológica de Cristo Rey, tendrá las siguientes responsabilidades, pues según (HEIFER, 2016, pág. 25) “..la estructura interna de una organización depende de varios factores como: número de socios, volumen de producción y/o comercialización. A nivel Directivo se plantea la designación de una estructura básica que contempla: Presidente, Vicepresidente, Secretario y el Tesorero”.

- **Presidente/a:** Responsable de la gestión y coordinación de las actividades a realizarse en la feria.
- **Vicepresidente/a:** Respaldar a la presidencia con las actividades que se necesiten para el buen desempeño de la feria.
- **Secretario/a:** Apoyar al presidente y vicepresidente en las acciones que desempeñen.
- **Tesorero/a:** Recaudar las cuotas establecidas para la gestión y acciones que se den durante la feria.

El directorio de la feria agroecológica se estableció mediante sesión realizada previo a la inauguración, proceso en el cual se postularon a diferentes representantes para designar las responsabilidades de cada miembro elegido.

**Tabla 29:** Elección para representantes del directorio

Cargo	Representante	Nº de votos
Presidente/a	Mushuk Pakarina	9
Vicepresidente/a	Hermano Miguel	6
Secretario/a	Wayunkita	5
Tesorero/a	Jatari Warmi	4

**Elaborado por:** Las autoras

#### **4.1.2 Asociaciones que comercializan en la feria**

En el marco de las observaciones anteriores, es necesario establecer el total de participantes de la feria y cada una de sus asociaciones, además de quienes son las personas beneficiarias, permitiendo llevar un control, con la finalidad de emplear mejoras de acuerdo a las necesidades específicas de



cada uno de los participantes, pues es necesario acentuar la importancia de conocer a cada una las asociaciones debido que:

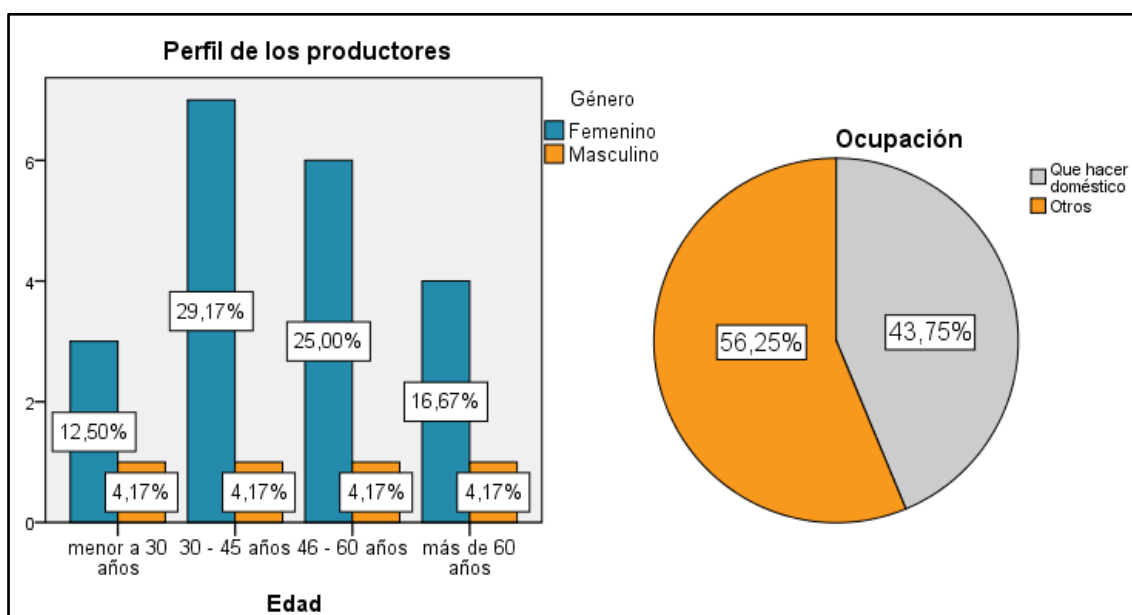
Las organizaciones de productores conforman las estructuras mediante las cuales los productores se relacionan con la sociedad para la venta de sus productos, la obtención de servicios, exigir sus derechos incumplidos. A su vez estas estructuras fortalecen las formas de producción minifundaria con bases ecológicas, no dependientes de insumos externos, y llevan a un proceso de empoderamiento y autogestión. (Insfrán Ortiz, Miranda, Aparicio Meza, Vargas Lehner, & F. Paredes, 2018, pág. 51)

Mediante asamblea se determinó las asociaciones u organizaciones que participan en la comercialización, dando como resultado un total de 24 participantes de 18 diferentes asociaciones de la RAA (Ver Anexo 20), quienes deben trabajar conjuntamente de forma participativa y respetando lo determinado por la directiva, conforme a los reglamentos internos de asociaciones y demás organizaciones vinculadas a la feria.

#### **4.1.3 Productores agroecológicos de la feria**

En cuanto a los participantes de la feria agroecológica se puede establecer que existen participantes provenientes de diferentes lugares del austro, lo cual representa un valor considerable en transporte y tiempo de llegada a la comercialización, por otra parte se enfatiza que existe participación mayoritaria del género femenino y que esta actividad es considerada como principal fuente de ingresos, información obentida por medio de la encuesta productores.(Ver Anexo 21).

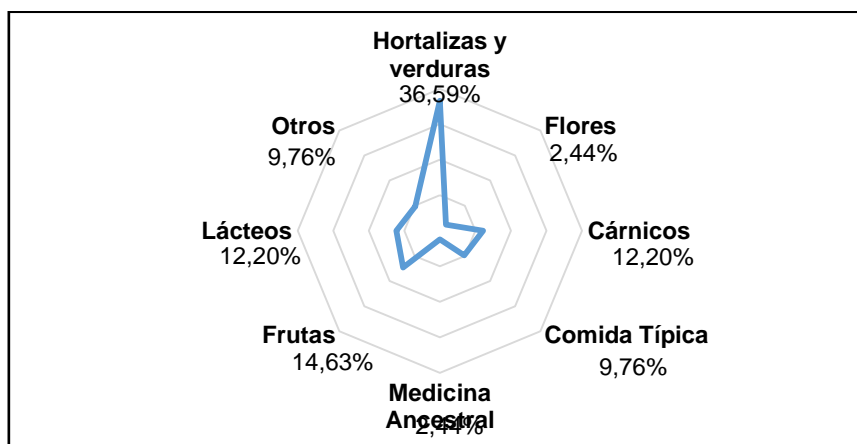
**Gráfico 20:** Perfil de los feriantes



**Fuente:** Tabulación de encuestas a productores  
**Elaborado por:** Las autoras

El género femenino lo conforma el 83,32 % y masculino con el 16,68 %. Además las edades predominantes están entre los 30 y 45 años, a la vez existe un porcentaje considerable de participantes que se encuentra en un rango de edad de 46 y 60 años. En relación a la ocupación diferente a la producción agroecológica, el 56,25 % de respuestas se dedican a que hacer doméstico y el 43,75 % pertenece a la respuesta otros, en el cual se incluye ocupaciones vinculados a las artesanías.

**Gráfico 21:** Participación de productos agroecológicos en la feria



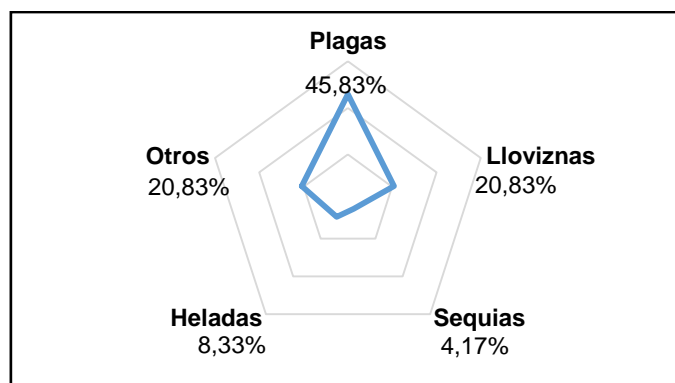
**Fuente:** Tabulación de encuestas a productores  
**Elaborado por:** Las autoras



## Universidad de Cuenca

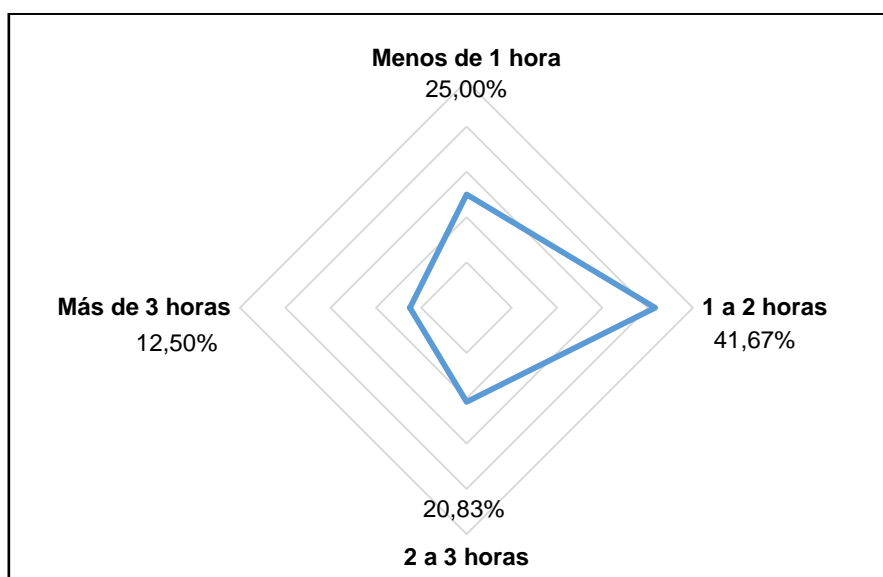
La oferta de productos agroecológicos se conforma en mayoría por hortalizas y verduras con el 36,59 %, seguido por frutas y cárnicos, la participación de medicina ancestral y flores es baja en consideración al resto. En la variable otros están considerados productos ofertados ocasionalmente como lo son granos secos.

**Gráfico 22:** Problemas en los diferentes cultivos

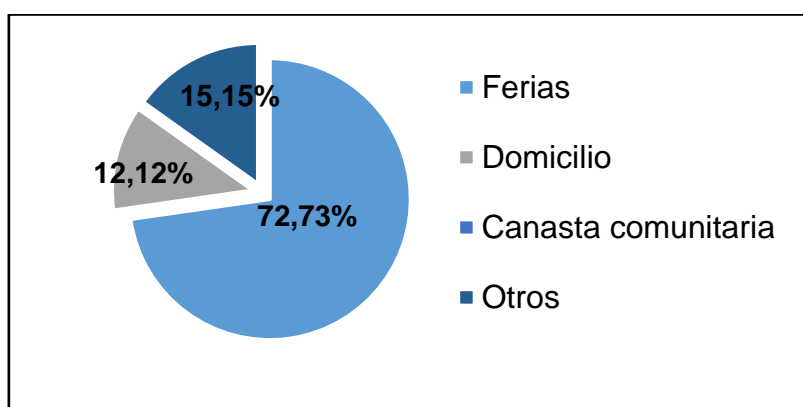


**Fuente:** Tabulación de encuestas a productores  
**Elaborado por:** Las autoras

Los pequeños productores se enfrentan a diferentes problemas en los cultivos, el 45,83 % mencionaron las plagas de insectos como mosca blanca, caracoles, gusanos negros y babosas. Las lloviznas, heladas y sequías son factores por lo cual también se ve afectada la producción agroecológica, que es combatido mediante técnicas ecológicamente sustentables, como ejemplo de esto se señala la siembra de árboles o plantas de mayor tamaño para crear un microclima que proteja los cultivos. El 20,83 % respondió otros que hacen referencia a dificultades de acceso, creciente de ríos, falta de riego e invasión de ganado.

**Gráfico 23:** Tiempo de llegada a la feria**Fuente:** Tabulación de encuestas a productores**Elaborado por:** Las autoras

Considerando que los feriantes proceden de distintos lugares del austro ecuatoriano, es útil conocer el tiempo promedio desde el domicilio al lugar de venta. En el gráfico N° 23 se aprecia que el 41,67 % de productores tarda entre 1 a 2 horas en llegar, mientras que el 12,50 % lo hace en más de 3 horas. De esta forma se demuestra que aparte de los esfuerzos ejercidos en la producción, el traslado representa un factor importante de apreciar.

**Gráfico 24:** Lugar de comercialización**Fuente:** Tabulación de encuestas a productores**Elaborado por:** Las autoras



## Universidad de Cuenca

Las ferias agroecológicas representan el principal punto de venta de los productores sustentado por el 72,73 % de respuestas. Solo un 12,12 % lo realiza en el domicilio que comúnmente los compradores son vecinos, mientras que en otros se consideró pedidos previos de fábrica, como lo es caso de lácteos específicamente la leche, además de la venta ambulante en mercados locales.

El ser parte de la producción agroecológica se rige a cumplir diferentes aspectos y reglamentos de cada organización, teniendo la responsabilidad de efectuar correctamente las normas de básicas de agroecología, razón por lo cual se debe contar con el carnet de productor agroecológico que nace de la necesidad de una certificación de tercera parte y con base en el Sistema Participativo de Garantía, con el propósito de defender la soberanía alimentaria, cabe señalar que para ello la venta de los productos forma parte del excedente de la producción individual.

### **4.1.4 Proceso de para la obtención del carnet de la RAA**

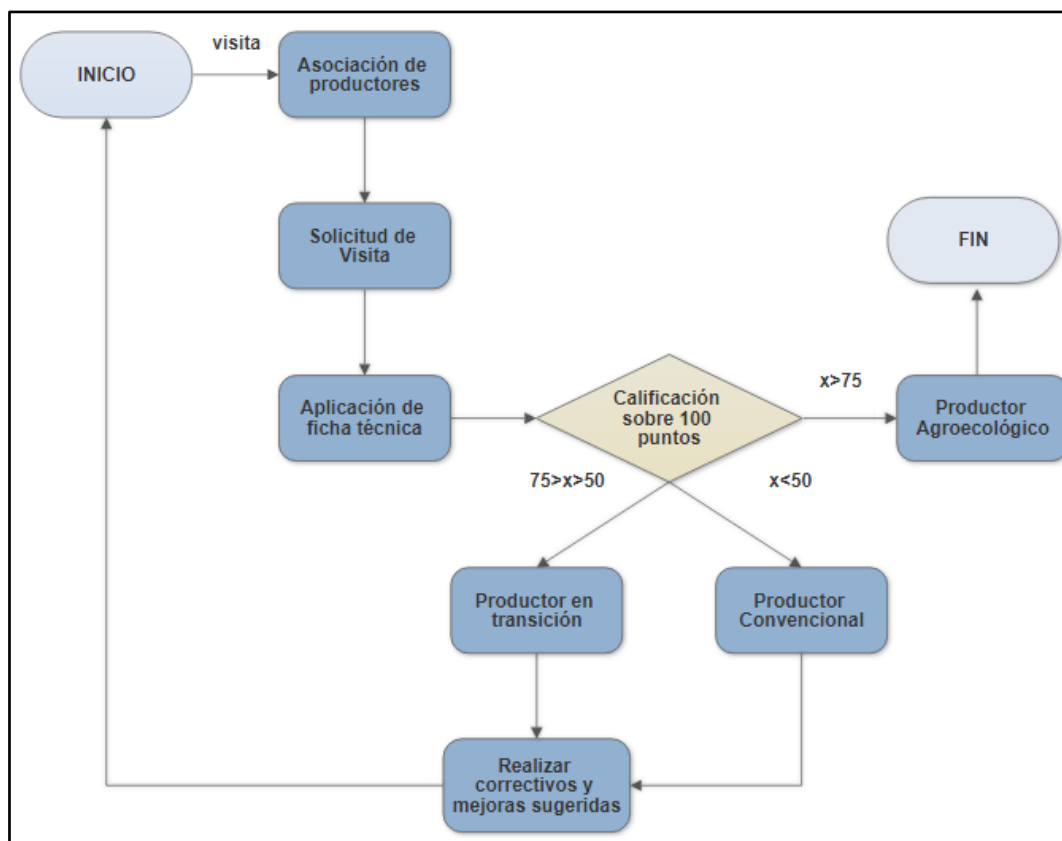
Con el fin de respaldar la seguridad a los consumidores, de la certeza de productos agroecológicos comercializados, la Empresa EDEC EP trabaja directamente con la RAA, debido que el SPG garantiza una producción libre de agrotóxicos y el manejo adecuado de cultivos en cumplimiento con los principios de agroecología. En este sentido, se explica cuál es el proceso que un aspirante a productor agroecológico debe seguir para formar parte de la red.

Se toma en consideración varios factores, mencionados en la entrevista realizada a la coordinadora de la RAA (Ver Anexo 22), entre los cuales se destacan cinco subsistemas en relación a las normas básicas de agroecología:

1. Agua
2. Suelo
3. Cultivos
4. Animales
5. Agroforestería

Estos subsistemas son calificados por medio de una ficha técnica (Ver Anexo 23), la cual está valorada sobre un total de 100 puntos, cabe recalcar que este proceso fue elaborado por múltiples asociaciones pero a la vez los constructores y dueños son las organizaciones, desde este punto de vista se puede decir que para formar parte de una asociación u organización es necesario seguir el siguiente procedimiento:

**Gráfico 25:** Proceso para la obtención del carnet de productor agroecológico



**Fuente:** Entrevista a la coordinadora de la Red Agroecológica del Austro

**Elaborado por:** Las autoras

Este sistema no funciona como certificadora, la organización es la que cumple la función de garantizar si un productor incumple las normas. El proceso se realiza por medio de visitas cruzadas entre asociaciones y el acompañamiento de un promotor profesional o semiprofesional en el tema producción agroecológica.

El carnet tiene una duración de dos años, adicionalmente se realizan visitas esporádicas cada 6 meses, con el objetivo de controlar el adecuado manejo de



## Universidad de Cuenca

los cultivos en cumplimiento con las normas básicas de producción agroecológica fundamentada en principios, a la vez como requisito los productores deben capacitarse y asistir a las reuniones de acuerdo al cronograma establecido por cada asociación.

**Tabla 30:** Principios de la producción agroecológica

Producir de acuerdo al equilibrio natural.
Manejo holístico del enfoque agroecológico la integralidad de la finca: (agrícola, pecuario, forestal, agua y suelo).
La producción agroecológica debe garantizar primero las necesidades nutricionales de la familia.
Reducir la dependencia de insumos externos a la finca.
Recuperar y proteger la agrobiodiversidad endémica, especialmente de semillas de especies nativas.
No contaminar el ambiente.
Mantener o/y aumentar la fertilidad de los suelos.
Recuperar tecnologías locales que tienen validez en la producción agroecológica.
Proporcionar a los animales condiciones de vida favorables.
Mejorar las relaciones intra familiares y comunitarias.
Eliminar el trabajo forzado de menores y personas vulnerables (mujeres embarazadas, tercera edad, personas con discapacidad, etc).
Respetar y fomentar valores de cada pueblo u organización.

**Fuente:** (Echarri L., 2012)

## 4.2 Propuesta del Plan Estratégico

En favor de mejorar y fortalecer la feria agroecológica es necesario definir objetivos y estrategias que apoyen al crecimiento de los productores como organización. Desde este punto de vista se debe contar con mecanismos que permitan identificar aspectos claves en resguardo de la operatividad de la feria. Entre lo que se plantea está la misión, visión, objetivos y estrategias, definición de indicadores mediante un plan de acción, elaborando así lineamientos a seguir en consecución del logro de resultados y formalización de procesos.

### 4.2.1 Misión

Ofrecemos alimentos sanos y nutritivos directamente de los productores a la ciudadanía cuencana con garantía agroecológica, promoviendo la soberanía





Universidad de Cuenca

alimentaria, protección del medio ambiente y comercio justo, construyendo un espacio de intercambio rural y urbano resguardando el saber ancestral.

### **4.2.2 Visión**

Para el año 2024 ser la principal fuente de consumo local posicionando a los alimentos agroecológicos como un estilo de vida, así mismo ser reconocidos por el conocimiento y esfuerzo de los productores en beneficio de la naturaleza y sociedad.

### **4.2.3 Valores**

#### **Compromiso**

La Feria Agroecológica de Cristo Rey tiene el firme compromiso de proporcionar a la sociedad alimentos saludables y amigables con el medio ambiente, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

#### **Responsabilidad**

La responsabilidad de corroborar que los alimentos adquiridos sean de origen natural, para proporcionar alimentos sanos y de calidad será prioridad de los productores agroecológicos.

#### **Participación**

Siendo una organización democrática, se incentiva la participación de todos los pequeños productores en la toma de decisiones, así como en la comercialización de sus productos.

### **4.2.4 Matriz FODA**

Se plantea un desglose de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro la feria y sus participantes, es decir el alcance del análisis considera aspectos de la comercialización, incluyendo factores de producción agroecológica, permitiendo realizar un diagnóstico preliminar, el cual servirá de base para la generación de estrategias que apoyen al éxito del proyecto.

**Tabla 31:** Matriz FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
1.Comercialización de alimentos sanos, nutritivos y amigables con el medio ambiente. 2.Principios de asociatividad en la comercialización. 3.El lugar es parte de las áreas históricas de la ciudad de Cuenca. 4.Productores agroecológicos con experiencia en saberes ancestrales. 5.Servicios adicionales de medicina natural y ancestral y de comida típica. 6.Los productores se articulan en grandes redes.	1.Los productores cuentan con tiempos de transporte considerables el 41,67 % lo hace entre 1 y 2 horas, el 20,83 % de 2 a 3 horas y solo el 25 % en menos de una hora. 2.La feria no cuenta con un plan de promoción y publicidad propio. 3.Los productos se rigen a una temporalidad de siembra y cosecha. 4.Dependencia exterior en la asistencia y creación del espacio de comercialización. 5.La agroecológica cuenta con bajos volúmenes de producción.
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
1.Formar parte del Sistema Participativo de Garantía. 2.PRO ECUADOR indica un crecimiento en las ventas superiores al 22 % de productos orgánicos. 3. La RAA se encuentra conformada por diferentes asociaciones localizadas en diferentes áreas del austro. 4.Apoyo de instituciones públicas y ONG´s. 5.El interés por la producción agropecuaria bajo el sistema de huertas familiares se ha incrementado. 6. Inclínación en el consumo de alimentos saludables y ecológicos.	1.La ciudad de Cuenca no cuenta con ordenanzas municipales en favor a la agroecológica. 2.Centros convencionales de abastecimiento que cuentan diversidad de productos agrícolas dispersos en el área urbana. 3.El estudio de mercado realizado indicó que el 44,27 % de las personas no conocen lo que es un producto agroecológico. 4.La producción agroecológica se ve afectada por diversos factores ambientales externos. 5.Políticas públicas por parte del Gobierno Nacional en favor de las exportaciones e importaciones. 6. Búsqueda de beneficios económicos de la producción masiva.

**Elaborado por:** Las autoras

#### 4.2.5 FODA CRUZADO

Entre las herramientas que se utilizó para establecer las estrategias es el FODA cruzado por el cual mediante el cruce de factores internos y externos se identificó acciones y actividades orientadas al fortalecimiento de la feria agroecológica.



Tabla 32: FODA Cruzado

FODA CRUZADO		
	Fortalezas	
	1. Comercialización de alimentos sanos, nutritivos y amigables con el medio ambiente. 2. Principios de asociatividad en la comercialización. 3. El lugar es parte de las áreas históricas de la ciudad de Cuenca. 4. Productores agroecológicos con experiencia en saberes ancestrales. 5. Servicios adicionales de medicina natural y ancestral y de comida típica. 6. Los productores se articulan en grandes redes.	1. Los productores c 41,67 % lo hace entre en menos de una hora 2. La feria no cuen 3. Los productos se 4. Dependencia ext comercialización. 5. La agroecológica c
Oportunidades	Estrategia FO	
1. Formar parte del Sistema Participativo de Garantía. 2. PRO ECUADOR indica un crecimiento en las ventas superiores al 22 % de productos orgánicos. 3. La RAA se encuentra conformada por diferentes asociaciones localizadas en diferentes áreas del austro. 4. Apoyo de instituciones públicas y ONG's. 5. El interés por la producción agropecuaria bajo el sistema de huertas familiares se ha incrementado. 6. Inclínación en el consumo de alimentos saludables y ecológicos.	<b>F1, F5, F6, O5, O2</b> Aprovechar las preferencias de los consumidores, en torno a productos sanos y ecológicos con el fin de posicionar a los productos agroecológicos.  <b>F3, F6, O4</b> Desarrollar una campaña de promoción y publicidad enfocada al apoyo del patrimonio cultural de la ciudad y la protección de la identidad de las organizaciones campesinas.	<b>D3, O3</b> , Informar a los comercializados en productos de acuerdo  <b>D4, O5</b> , Aprovechar más socios estratégicos  <b>D2, O1, O6</b> , Realiz características de los defensa del SPG.
Amenazas	Estrategia FA	
1. La ciudad de Cuenca no cuenta con ordenanzas municipales en favor a la agroecológica. 2. Centros convencionales de abastecimiento que cuentan diversidad de productos agrícolas dispersos en el área urbana. 3. El estudio de mercado realizado indicó que el 44,27% de las personas no conocen lo que es un producto agroecológico.	<b>F6, A1, A6</b> , Fortalecer el apoyo de políticas públicas en favor a la comercialización de productos agroecológicos, con base a la garantía y nivel organizativo de la Red Agroecológica del Austro y demás organizaciones representantes de la agricultura familiar campesina.	<b>D5, A4, A5</b> , Ampliar e la capacidad de cubri



La matriz FODA permitió generar distintas estrategias para impulsar no solo a la feria, si no que busca apoyar a la agroecología local y sus organizaciones. Se recomienda que entre las estrategias desarrolladas sean las FO y DO utilizadas para la implementación, en donde se podrán realizar acciones encaminadas a conseguir mayores resultados, puesto que están enfocadas a incrementar la participación en el mercado.

#### **4.2.6 Plan de Acción propuesto**

La elaboración del plan de acción consideró las necesidades de los productores participantes en la feria vinculando las estrategias previamente establecidas, por otra parte es necesario aclarar que para la ejecución de actividades y responsables, la propuesta consta de la participación conjunta de las asociaciones y técnicos de la empresa EDEC EP con el propósito de mejorar y facilitar la implantación del plan estratégico. Adicionalmente se sugieren indicadores los cuales ayudarán en el control y avances del plan de acción.

##### **Objetivos**

- Mejorar la percepción del valor agregado de los productos agroecológicos en la ciudad de Cuenca.
- Mejorar las habilidades de comercialización para reflejar la importancia de los saberes ancestrales.
- Fortalecer el apoyo de políticas públicas en favor a la comercialización de productos agroecológicos
- Promover las relaciones interpersonales de los productores participantes en la feria.
- Elaborar un registro con información económica de la feria, permitiendo llevar un control financiero adecuado de la misma

**Tabla 33:** Plan de acción

Objetivo Estratégico	Estrategia	Indicador	Formula	Responsable	Acciones
Mejorar la percepción del valor agregado de los productos agroecológicos en la ciudad de Cuenca.	Desarrollar una campaña de promoción y publicidad enfocada al apoyo del patrimonio cultural de la ciudad y la protección de la identidad de las organizaciones campesinas.	Percepción de productos agroecológicos	% de ciudadanos que conocen qué es un producto agroecológico	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP.	Implementar un plan de publicidad mediante los medios de mayor acogida local, enfatizando cada una de las características de un producto agroecológico.
	Implementar una imagen participativa de la feria exponiendo el cumplimiento e importancia de los principios de agroecología.	Grado de percepción de la feria agroecológica	% de aceptación como un factor positivo de la feria agroecológica	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP.	Implementar un stand dentro de la feria, en donde se brinde información acerca de la producción agroecológica.
	Realizar actividades promocionales con los cuales se pueda dar a conocer las características de los productos agroecológicos, en pro de la salud de las personas en bases al SPG.	Incremento de ventas	$(\text{Total de ingresos del periodo } t / \text{Total de ingresos del periodo } t - 1) * 100$	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP y Directiva de la Feria	Realizar convenios con restaurantes y comercios dedicados a ofrecer alimentos en base a una dieta específica para un público determinado.



Fortalecer el apoyo de políticas públicas en favor a la comercialización de productos agroecológicos	Trabajar con las autoridades locales para la creación de ordenanzas municipales, que apoye la producción, comercialización y nivel organizativo de la Red Agroecológica del Austro y demás organizaciones representantes de la agricultura familiar campesina.	Número de ordenanzas en favor de la agroecología	Número de ordenanzas en la ciudad de Cuenca	Organizaciones agroecológicas	Creación de propuestas para la aprobación ordenanzas en favor de la agroecología
	Aprovechar el apoyo de organizaciones públicas y relaciones con más socios estratégicos de producción con el objetivo de ampliar la oferta de productos de la feria agroecológica. Así mismo, diversificar la oferta de productos, mediante el desarrollo de nuevos productos a partir de su producción.	Número de productores que han diversificado su oferta	# de productores que han diversificado su oferta / Total de productores participantes en la feria	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP.	Realizar capacitaciones en la elaboración de nuevos productos a partir de ingredientes naturales. (productos de cuidado personal)
Promover las relaciones interpersonales de los productores participantes en la feria.	Crear espacios para concientizar en los productores actitudes y valores, buscando un crecimiento personal con el propósito de evitar desacuerdos entre compañeros, protegiendo las actividades operacionales de la feria.	Asistencia a capacitaciones y reuniones establecidas por las organizaciones	Número de productores que registraron asistencia/ Total de Productores convocados	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP, Directiva de la Feria, RAA	Elaborar un cronograma de reuniones con el propósito de realizar un reencuentro de intercambio de experiencias y opiniones entre productores con el fin de fortalecer las relaciones interpersonales.



Ampliar la línea de productos a ser comercializados en a feria con el fin de aumentar su competitividad.	Informar a los consumidores sobre la temporalidad de los productos comercializados en la feria, con el propósito incentivar la compra de productos de acuerdo a su tiempo de cosecha.	Grado de aceptación de compra de productos de acuerdo a su temporalidad	% de aceptación de productos de acuerdo a su temporalidad	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP.	Difundir un calendario agroecológico, en donde se detalle la siembra y cosecha de los productos agroecológicos cultivados localmente.
	Ampliar el número de productores dentro de la feria, para incrementar la cantidad de productos ofertados y a su vez mejorar la capacidad de cubrir posibles incrementos en la demanda de productos, buscando así mantener la fidelización de los consumidores.	Número de productores nuevos	(Número de productores nuevos/Total de productores)*100	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP, Directiva de la Feria, RAA	Convocar asambleas que permitan a nuevos productores integrarse a la feria, con el objetivo de añadir variedad a la feria.
Elaborar un registro con información económica de la feria, permitiendo llevar un control financiero adecuado de la misma.	Entregar a cada productor un cartilla de fichas de registro, en donde se detalle un inventario de la cantidad de productos cosechados semanalmente, además de incluir un registro de ingresos y egresos mensuales incurridos en la feria.	Archivo	Cartillas	Departamento de Proyectos y Planificación de la Empresa EDEC EP, Directiva de la Feria	Incentivar la creación, uso, manejo de registros de la producción y venta de productos agroecológica

Elaborado por: Las autoras





## CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación realizada permitió obtener información relevante para los objetivos planteados previamente en el estudio, utilizando técnicas y conocimientos obtenidos en la formación académica vinculados al desarrollo local en favor de la agroecología, como es determinar las características necesarias para una correcta inserción y viabilidad de la feria tomando en cuenta aspectos legales, organizacionales, técnicos y de mercado,

### 5.1 Resultados y Conclusiones:

- Con las encuestas realizadas a los consumidores se encontró que el 44% de los encuestados no conoce lo que es un producto agroecológico, un dato representativo, por lo que se puede deducir que la ciudadanía no está relacionada con el tema, desconociendo cuales son las implicaciones y beneficios que otorga la agroecología.
- Se determinó el horario adecuado para el funcionamiento de la feria agroecológica, seleccionando el día sábado como el apropiado para la comercialización, siendo la opción con mayor porcentaje de respuesta positivas del 41,31 %, funcionando en la mañana debido a la aprobación del 63,28 %, puesto que los consumidores entre semana tienen ocupaciones o trabajan, además de la percepción que en este horario se consiguen productos frescos, comentarios provenientes de los encuestados.
- El lugar de emplazamiento de la feria agroecológica en el sector Cristo Rey - Parroquia Bellavista cuenta con las características técnicas y el valor patrimonial que contribuyen con el desarrollo de la feria agroecológica.
- La creación de una feria agroecológica cuenta con un gran nivel de aceptación representado por el 71,09 %, pese a la distancia y que el 18,08 % de consumidores prefiere asistir a lugares cercanos de compra, gracias a la información recibida de la producción agroecológica y los beneficios de la misma.
- La importancia del consumo de productos locales y la protección de los saberes ancestrales está presente en los ciudadanos, el 85,94 % respondieron estar muy de acuerdo e igualmente las afirmaciones





## Universidad de Cuenca

planteadas en la encuesta a consumidores estuvieron por encima del 75% de aceptación.

- La creación de una feria agroecológica dentro del proyecto de agroecología y soberanía alimentaria representa un encuentro entre la empresa pública EDEC EP y la Red Agroecológica del Austro, en donde la empresa reconoce la autonomía de las organizaciones u asociaciones y a su vez la RAA garantiza la producción agroecológica mediante su SPG.
- El SPG es parte fundamental de la protección de la agricultura familiar, además de ser prueba del nivel organizativo de la misma, que protege y defiende los principios de agroecología, naciendo de la necesidad de certificación de tercera parte, creando así un sistema autónomo que permita regularizar a las asociaciones u organizaciones agroecológicas mediante la carnetización de productor agroecológico.
- Los pequeños productores forman parte la economía popular y solidaria, siendo así la comercialización agroecológica una de las principales fuentes de ingreso para los mismos, resaltando la importancia de la creación de espacios de venta.
- La producción agroecológica está fundamentada en la protección del medio ambiente y la defensa de los policultivos, por esta razón es importante descartar que la mayoría de insumos utilizados para el cultivo son naturales y en varias ocasiones reciclados, debido a esto los costos de producción son bajos, lo que representaría beneficios económicos altos para los productores siempre que se valore el precio justo y reconozca el trabajo de los productores agroecológicos.
- Existen leyes nacionales que se han mencionado en este proyecto, las cuales se promulgan en favor de la economía popular y solidaria, aludiendo a los derechos que tienen las pequeñas economías familiares para la comercialización de productos agrícolas, así como garantizar el acceso alimentos, en búsqueda del buen vivir (Sumak Kawsay) y la soberanía alimentaria de los pueblos, lo que no se ve reflejado por las nuevas políticas públicas promulgadas en el año 2018, enfocadas en la exportación, dejando de lado el abastecimiento local y afectando a los pequeños productores.



## 5.2 Recomendaciones

- La empresa EDEC EP con el fin de impulsar el proyecto de agroecología y soberanía alimentaria, debe priorizar la difusión de las características de los productos agroecológicos y beneficios de su producción, diferenciandola de la agricultura convencional, fortaleciendo la agroecología local y el reconocimiento de los consumidores.
- Se recomienda a la directiva de la feria implementar un registro económico interno, mencionado en el capítulo IV, que permita controlar y demostrar la contribución de la comercialización, con el fin de justificar los ingresos generados que permita evidenciar la importancia que tiene.
- Promover el Sistema Participativo de Garantía en la ciudad, evidenciando el auto control de las organizaciones agroecológicas en garantía de una producción basada en conocimiento ancestral, libre de agrotóxicos y ecológicamente sustentable.
- La creación de canales cortos de comercialización es muy importante para beneficiar la economía campesina, por lo mismo el enfoque debe buscar fortalecer las ferias locales e ir más allá de la implementación.
- Se recomienda a la empresa EDEC EP que la elección de mobiliario físico para la feria se lo realice de forma participativa a fin de involucrar completamente a los productores y elegir adecuadamente cada elemento.
- Realizar convenios con instituciones educativas para el abastecimiento de productos agroecológicos, apoyando de esta forma a productores y promover la soberanía alimentaria entre niños y jóvenes.
- Es necesario crear espacios, en los cuales se pueda dar oportunidad al desarrollo de la agricultura familiar, a través del apoyo de ONG's y empresas públicas, en pro de la salud y seguridad de la sociedad. Además de crear acciones que apoyen a la inserción de la personas en temas agroecológicos, para empezar a crear conciencia en temas con la salud, medio ambiente, así como valorizar el trabajo que realizan las unidades campesinas.



## Universidad de Cuenca

- Sugerir a clientes el uso de bolsas reutilizables y ecológicas, permitiendo de esta forma proteger los principios de agroecología, incentivando el cuidado del medio ambiente.

### 5.3 Limitaciones

- Escasa información formal y actualizada de la producción agroecológica local, que sustente detalladamente los métodos de cultivo utilizadas.
- El nivel organizativo de la Red Agroecológica del Austro es complejo debido al número de asociaciones base que la conforman, lo que dificulta el acceso a la obtención de información.
- Los productores agroecológicos al formar parte de la economía popular y Solidaria no cuenta con un manejo de contabilidad básica, lo que limita un análisis financiero exacto, provocando variaciones en las estimaciones económicas.
- Falta de estudios realizados localmente a canales cortos de comercialización y análisis a comercios conformados por diferentes participantes.



## Bibliografía

- Alcaldía de Cuenca. (abril de 2016). Atlas PDOT Cuenca 2016. Obtenido de ISSUU: [https://issuu.com/emuce\\_e.p./docs/atlas\\_pdot\\_cuenca\\_reducido](https://issuu.com/emuce_e.p./docs/atlas_pdot_cuenca_reducido)
- Alcaldia de Cuenca. (abril de 2016). ISSUU. Obtenido de Atlas PDOT Cuenca 2016: [https://issuu.com/emuce\\_e.p./docs/atlas\\_pdot\\_cuenca\\_reducido](https://issuu.com/emuce_e.p./docs/atlas_pdot_cuenca_reducido)
- Alcaldía De Cuenca. (2019). Plan de Ordenamiento Territorial. Obtenido de [http://www.cuenca.gov.ec/?q=page\\_planordenamiento](http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_planordenamiento)
- Andrade Ortiz, D., & Flores, M. (Septiembre de 2008). Consumo de productos orgánicos/agroecológicos en los hogares Ecuatorianos. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/63780450radBF21D.pdf>
- Armijo, M. (2009). Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de desempeño en el Sector Público. Obtenido de CEPAL: [https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacio\\_n\\_estrategica.pdf?fbclid=IwAR2e1ZZJ5rOqm5Pyl0UpFgUzYNaIss4nTrH-1B3m7frjRQrCYFRzL-w6Bs](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacio_n_estrategica.pdf?fbclid=IwAR2e1ZZJ5rOqm5Pyl0UpFgUzYNaIss4nTrH-1B3m7frjRQrCYFRzL-w6Bs)
- Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (Abril de 2018). Universidad Nacional de Mar del Plata. Obtenido de El Funcionamiento de los Mercados: <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et al-2018.pdf>
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos. Mexico: McGRAW-HILL.
- Blanco M., M., & Riveros S., H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Obtenido de [http://www.pa.gob.mx/publica/rev\\_49/An%C3%A1lisis/el\\_agroturismo\\_como\\_-\\_Marvin\\_Blanco\\_M..pdf](http://www.pa.gob.mx/publica/rev_49/An%C3%A1lisis/el_agroturismo_como_-_Marvin_Blanco_M..pdf)
- Boza Martínez, S. (2007). Agricultura sustentable y desarrollo rural endógeno: los sistemas participativos de garantía en Andalucía. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120300/Agricultura-sustentable.pdf?sequence=3&isAllowed=y&fbclid=IwAR103V5lu0i-Wv4Dd3xt6HdiY4PmThnde0RyhBI9hn6fWJJw6dMapH59RP4>
- Bueno Blanco, R., Ramos Sámano, M., & Berrelleza Gaxiola, C. F. (2018). Elementos Básicos de la Administración. Mexico: Printed in México.
- Calderón, M., Chiquiguanga, W., Guachichulca, D., & Malla, J. (s.f.). Sus Inicios. Catacumbas de Cristo Rey de Culca.
- CEDIR- AVSF-FEM. (Octubre de 2010). AGROECOLOGÍA Y VENTA DIRECTA ORGANIZADAS, UNA PROPUESTA PARA VALORIZAR MEJOR LOS TERRITORIOS DE LA SIERRA SUR DEL ECUADOR. Obtenido de La dinámica de las organizaciones campesinas de El Tambo, Gualaceo y Octavio Cordero (Cuenca).: <https://www.avsf.org/public/posts/657/agroecologia-y-venta-directa-organizada-en-ecuador.pdf>



## Universidad de Cuenca

- CEPAL. (Octubre de 2016). Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Obtenido de Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana.: <https://www.fontagro.org/wp-content/uploads/2016/12/Publicacio%CC%81n-CC-y-EP.pdf>
- CES. (Julio de 2016). Consejo de Educación Superior. Obtenido de Fortalecimiento Institucional para el desarrollo del Sistema de Educación Superior: [http://www.ces.gob.ec/lotaip/2017/Diciembre/Anexos-12-17/An-lit-k-Proyecto%20de%20inversi%C3%B3n%20Fortalecimiento%20Institucion-al.pdf?fbclid=IwAR0xvRG7p-YtTxTb7jcspnRyXjic\\_euUEUrwGcmVJmWdXFQYHvFdldFrXk](http://www.ces.gob.ec/lotaip/2017/Diciembre/Anexos-12-17/An-lit-k-Proyecto%20de%20inversi%C3%B3n%20Fortalecimiento%20Institucion-al.pdf?fbclid=IwAR0xvRG7p-YtTxTb7jcspnRyXjic_euUEUrwGcmVJmWdXFQYHvFdldFrXk)
- CIDSE. (Abril de 2018). Los principios de la agroecología hacia sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles. Obtenido de Manos Unidas: [http://www.manosunidas.org/sites/default/files/imce/noticias/es\\_los\\_principios\\_de\\_la\\_agroecologia\\_cidse\\_2018.pdf](http://www.manosunidas.org/sites/default/files/imce/noticias/es_los_principios_de_la_agroecologia_cidse_2018.pdf)
- Córdoba Padilla, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Colombia: ECOE EDICIONES.
- De la Cruz Abarca, C. E. (2015). Organizaciones, Sistemas Participativos de Garantía y Procesos Agroecológicos en Andalucía. Universidad de Córdoba. Córdoba. Obtenido de <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/13286/2016000001350.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Echarri L., J. L. (Diciembre de 2012). Sistematización de la experiencia de la construcción e implementación del sistema participativo de garantía SPG de la Red Agroecológica del Austro.
- EDEC EP. (28 de Abril de 2016). EDEC EP. Obtenido de <http://www.edec.gob.ec/?q=content/historia>
- EDEC EP. (2018). EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE DESARROLLO ECONÓMICO. Obtenido de <http://www.edec.gob.ec/?q=content/historia>
- EDEC EP. (2018). PROYECTO DE AGROECOLOGÍA Y SOBERANÍA ALIMENTARIA. Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Felcman, I., & Blutman, G. (Enero-Junio de 2018). La planificación estratégica participativa. Conceptos e instrumentos para nuevos modelos de gestión pública. Obtenido de <http://revistas.unla.edu.ar/perspectivas/article/viewFile/1920/1312>
- FERNANDEZ SANTAMARIA, C. (7 de Julio de 2017). HUERTOS URBANOS EN EL MUNICIPIO DE ALICANTE. Obtenido de IMPORTANCIA Y CONTRIBUCIÓN AL TERRITORIO Y A LA SOCIEDAD: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/69147/1/Huertos\\_urbanos\\_en\\_el\\_municipio\\_de\\_Alicante\\_im\\_Fernandez\\_Santamaria\\_Cristian.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/69147/1/Huertos_urbanos_en_el_municipio_de_Alicante_im_Fernandez_Santamaria_Cristian.pdf)



## Universidad de Cuenca

- García Arellano, D. J. (Marzo de 2017). "Diseño de un sistema de almacenamiento y exhibición de. Quito. Obtenido de <https://docplayer.es/95734415-Pontificia-universidad-catolica-del-ecuador-facultad-de-arquitectura-diseno-y-artes-carrera-de-diseno.html>
- Giunta, I. (2018). Soberanía alimentaria entre derechos del buen vivir y políticas agrarias en Ecuador. Obtenido de Revista THEOMAI / THEOMAI Journal.: [http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO\\_38/7\\_Giunta\\_38.pdf](http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO_38/7_Giunta_38.pdf)
- GÓMEZ CHAGOYA, M. D. (8 de Marzo de 2018). METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN. Obtenido de INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA: [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69957/secme-2549\\_4.pdf?sequence=4](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69957/secme-2549_4.pdf?sequence=4)
- Gortaire, R. (03 de Julio de 2013). Pichincha al día. Obtenido de La Agroecología es la respuesta: <http://www.pichinchaldia.gob.ec/tutorials/entrevistas/item/26-la-agroecologia-es-la-respuesta.html>
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2004). Investigación de Mercados. México, D.F.: McGraw-Hill.
- HEIFER. (2014). La agroecología esta presente. Obtenido de Mapeo de productores agroecológicos y del estado de la agroecología en la sierra y costa ecuatoriana.: [http://www.heifer-ecuador.org/wp-content/uploads/libros/1\\_La\\_agroecologia\\_esta\\_presente\\_ES.pdf?fbclid=IwAR1gO82PODZjtvAQESynFDTVuvzdld8rGXom8AkPcAZ0dlmoBcP3D3CYowk](http://www.heifer-ecuador.org/wp-content/uploads/libros/1_La_agroecologia_esta_presente_ES.pdf?fbclid=IwAR1gO82PODZjtvAQESynFDTVuvzdld8rGXom8AkPcAZ0dlmoBcP3D3CYowk)
- HEIFER. (Agosto de 2016). PLAN DE NEGOCIOS FERIAAGROECOLÓGICA DE LA "ESCUELA AGROECOLÓGICA DE MUJERES SARAGURAS". Obtenido de <http://www.heifer-ecuador.org/wp-content/uploads/2018/03/5.-PLAN-DE-NEGOCIOS-FERIA-EAMS.pdf>
- IEPS. (Julio de 2012). Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. Obtenido de LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA: [https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley\\_economia\\_popular\\_solidaria.pdf](https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf)
- INDAP. (23 de Enero de 2015). Agricultura Familiar y Circuitos Cortos en Chile: Situación Actual, Restricciones y Potencialidades. Obtenido de [www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/n%C2%BA1-archivo-orig.pdf?sfvrsn=0](http://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/n%C2%BA1-archivo-orig.pdf?sfvrsn=0)
- INEC. (2016). Información Ambiental en la. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->



Insfrán Ortiz, A., Miranda, J. A., Aparicio Meza, M. J., Vargas Lehner, F., & F. Paredes, E. G. (2018). Perspectivas históricas y actualidad de la Asociación de Productores Orgánicos (APRO) en Paraguay: ¿qué dimensiones agroecológicas son aplicadas? SABEH Sociedad Brasileira de Ecología Humana.

Intriago, R., & Gortaire Amézcu, R. (2016). Agroecología en el Ecuador. Proceso Histórico, Logros y Desafíos. Obtenido de <http://revistas.um.es/agroecologia/article/view/330131>

IV JORNADAS AGROECOLÓGICAS. (2017). quericoes. Obtenido de AGROECOLOGÍA: Ciencia, práctica y movimiento social "Respuesta para una alimentación sana, responsable y sostenible": <http://www.quericoes.org/wp-content/uploads/2017/10/Texto-base-jornadas-agroecolo%CC%81gicas-2017-final.pdf>

Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2010). Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de El Uso de la Encuesta de tipo Social, en Traductologia. Características Metodologocicas: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16450/1/MonTI\\_2\\_15.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16450/1/MonTI_2_15.pdf)

LOEPS. (2011). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Ecuador: <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>.

LORSA. (2009 de Mayo de 2009). Ley Orgánica de Regimen de Soberania Alimentaria. Obtenido de wipo: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec046es.pdf>

Ministerio de agricultura y ganaderia. (2019). agricultura. Obtenido de Los ejes de la Gran Minga Agropecuaria: <https://www.agricultura.gob.ec/los-ejes-de-la-gran-minga-agropecuaria/>

Organización Internacional del Trabajo. (2016). Comercializacion. Obtenido de [https://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos\\_pdf/modulo4.pdf](https://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos_pdf/modulo4.pdf)

Pérez Ibáñez, M. J. (Diciembre de 2011). COMERCIALIZACIÓN AGROECOLÓGICA COMO ALTERNATIVA PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA AGRICULTURA. ESTUDIO DE CASOS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA. Córdoba: [http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/2552/0472\\_PerezIba%C3%B1ez.pdf?sequence=1](http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/2552/0472_PerezIba%C3%B1ez.pdf?sequence=1).

Pino Andrade, M. (11 de Abril de 2017). Los Sistemas Participativos de Garantía en el Ecuador. Aproximaciones a su desarrollo. Obtenido de





## Universidad de Cuenca

Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales.:  
revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/download/2679/1908/

Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021. (22 de Septiembre de 2017). Todo una Vida. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Prieto Herrera, J. E. (2014). Proyectos: Enfoque Gerencial. Colombia: © Ecoe ediciones.

Quintero Bertel, H. N., Flórez Morales, G. U., & Castillo Duque, C. C. (2012). repository.ean.edu.co. Obtenido de PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MISCOMPETENCIAS.COM SAS: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1961/QuinteroHugo2012.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

RED SUSTENTABLE. (24 de Enero de 2015). Alimentos orgánicos: conceptos básicos. Obtenido de RED SUSTENTABLE: [www.redsustentable.org/alimentos-organicos-conceptos-basicos/](http://www.redsustentable.org/alimentos-organicos-conceptos-basicos/)

Rodale Institute. (2011). The Farming systems trial. Obtenido de <https://rodaleinstitute.org/wp-content/uploads/fst-30-year-report.pdf>

Rodríguez Sáenz, D., & Riveros Serrato, H. (2016). Esquemas de comercialización que facilitan la articulación de productores agrícolas con los mercados. Obtenido de [repiica.iica.int/docs/B4242e/B4242e.pdf](http://repiica.iica.int/docs/B4242e/B4242e.pdf)

Romero Cuevas, C. (Diciembre de 2016). Canales de comercialización de alimentos agroecológicos apoyado en las tecnologías y plataformas digitales. Obtenido de <http://www.soberaniaalimentaria.org.py/wp-content/uploads/2017/05/Mercados-Agricolas-y-TIC-web0.pdf>

Saal, M., & Vega, M. (Febrero de 2015). ISSUU. Obtenido de Agroecología y soberanía alimentaria, El caso de la Feria Agroecológica de Córdoba, Propuesta de difusión para la Feria Agroecológica de Córdoba.: [https://issuu.com/magdalenasaal/docs/merged?fbclid=IwAR0XUrguXZ-bzskbMUjIOi\\_hO81-ylJtkbSj7OI21LNk1wJHeBEjesZR4Do](https://issuu.com/magdalenasaal/docs/merged?fbclid=IwAR0XUrguXZ-bzskbMUjIOi_hO81-ylJtkbSj7OI21LNk1wJHeBEjesZR4Do)

SCCF. (Octubre de 2016). Secours Catholique-Cáritas Francia. Obtenido de AGROECOLOGÍAY DESARROLLO SOSTENIBLE: <https://cpalsocial.org/documentos/378.pdf>

SENPLADES. (2015). Zona de Planificación 6 – Austro. Obtenido de Agenda Zonal: <http://www.planificacion.gob.ec/zona-de-planificacion-6-austro/>

SEPS. (2013). Superintendica de Economía Popular y Solidaria. Obtenido de Estudios sobre Economía Popular y Solidaria: <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/26626/Estudios%20sobre%20EPS.pdf/03620fc8-a0ba-4156-929e-7141ec3e495b>





## Universidad de Cuenca

- Sevilla Guzmán, E. (Octubre de 2010). Incorporando la soberanía alimentaria al proceso de construcción de la agroecología. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/78547332.pdf>
- Shan, Y. (Abril de 2006). Going organic - is it nutritionally better? Obtenido de <http://www.yaso-shan.co.uk/wp-content/uploads/2015/04/Organic-Food-PHC-2006.pdf>
- SUPO C., F., & CAVERO A., H. N. (2014). FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y PROCEDIMENTALES DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN CIENCIAS SOCIALES. LIMA: TALLER DE IMPRESIÓN "EL UNIVERSITARIO" DE JENI LEODAN DOROTEO DUEÑAS.
- UNC. (2018). Universidad Nacional de Córdoba. Obtenido de Feria Agroecológica de la ciudad de Córdoba: <https://www.unc.edu.ar/extensi%C3%B3n/feria-agroecol%C3%B3gica-de-la-ciudad-de-c%C3%B3rdoba>
- UNESCO. (2014). INDICADORES UNESCO DE CULTURA PARA EL DESARROLLO. Obtenido de Manual Metodológico: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000229609?fbclid=IwAR06zyofK6epYRla57-KbHEcJrJdHIKTy4SBpg4htKrYfYduYscQWKkdV4k>
- WFTO. (2016). Organización Mundial del Comercio Justo. Obtenido de <http://www.wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>



# ANEXOS

## Anexo 1: Productos Agroecológicos

**Tabla 34:** Oferta de productos agroecológicos

<b>Frutas</b>	Guineo seda Guineos Maqueños Oritos Durazno Limón Guabas Zapotes Caña Agria Maracuyá Yafri Chirimoya de la costa Mora Tomate de árbol Granadilla	<b>Comida Típica</b>	Tortilla de Trigo Tortilla de Maíz Tinto Morochó Agua de Frescos Ceviche de Trucha Empanada de Verde Empanada de Yuca Bolón de Verde Encebollado de Pescado Ceviche Mote Casado Mote Sucio Tamales de pollo Chicha de Jora Mote	<b>Hortalizas y Verduras</b>	Brócoli Coliflor Lechuga Culantro Cebolla Achogchas Zanahoria Nogal Acelga Nabo Verde Col Rábanos Tomate Yuca Nabos extranjeros Remolacha Lechuga crespas	Papas Frejol Alverja Col morada Espinaca Cebolla Pauteña Haba Sambo Zucchini Ají Mellico Apio Ajo Pimiento
	Queso Fresco Queso Mozarella Queso Amasado Quesillo Manjar de leche Yogurt		Pollo acriollado Gallina Huevos criollos Carne de chancho Cuero	<b>Plantas Medicinales</b>	Borraja Valeriana de la Costa Manzanilla	
<b>Lácteos</b>		<b>Cárnicos</b>		<b>Otros</b>	Pepa de Sambo Manteca Grano Seco Quinoa	



### ENCUESTA – CONSUMIDORES

¿Conoce Ud. que son los productos agroecológicos?

☐ SI ☐ No

¿Qué feria agroecológica visita con mayor frecuencia?

☐ El vergel ☐ Capulispamba

¿Qué otros productos le gustaría encontrar que oferte la feria?

¿Cómo se enteró de la feria agroecológica?

- ☐ Redes Sociales  
☐ Medios de Comunicación (Periódicos, radio, televisión, etc.)  
☐ Recomendación de personas cercanas a usted

¿Por qué razón/es Ud. compra en la feria agroecológica?

- ☐ Cercanía  
☐ Calidad (frescura)  
☐ Beneficios para la salud  
☐ Comodidad  
☐ Economía  
☐ Otros

Especifique:

¿Cuánto gasta en promedio en una visita a la feria agroecológica?

- ☐ \$5,00 a \$15,00 ☐ Mayor a \$30,00  
☐ \$15,01 a \$30,00

¿Cómo considera que son los precios de los productos?

- ☐ Bajos  
☐ Altos  
☐ Cómodos

¿Qué tan importante considera Ud. los siguientes factores al momento de asistir al lugar antes indicado? Califique del 1 al 5 los siguientes factores: 5 = Excelente 4=Muy Bueno 3 = Bueno 2 = Regular 1=Malo

	1	2	3	4	5
Atención	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuántas veces ha visitado la feria durante un mes?

- ☐ 1 vez ☐ 2 veces  
☐ 3 veces ☐ 4 veces

¿Qué días le gustaría que la feria oferta los productos?

¿Estaría dispuesto a pagar un recargo adicional de transporte para sus productos? ☐ Si ☐ No

¿Le gustaría comprar de manera on-line? ☐ Si ☐ No

¿Cree Ud. que los productos son comercializados por: ...?

- ☐ Productores ☐ Intermediarios

¿Conoce usted que la constitución protege el derecho o acceso a una alimentación sana y soberana?

- ☐ Si ☐ No

¿Cree que la feria es un factor positivo para el barrio, donde se fomenta el patrimonio cultural, la economía familiar y las relaciones interpersonales?

- ☐ Si ☐ No

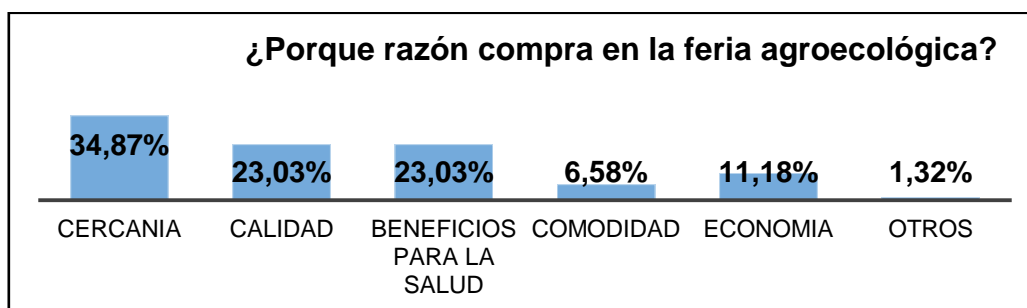
### **Anexo 3: Tabulación encuesta a consumidores (Feria Agroecológica el Vergel)**

#### **Resultado de las principales preguntas**

#### **¿Porque razón Ud. Compra en la feria agroecológica?**

Entre las principales razones por la cual las personas comprar en la feria agroecológica es la cercanía al lugar que está representado por el 34,87%, también es un factor importante para los encuestados los beneficios para la salud y la calidad de los productos, ya que cada uno representa el 23,03% del total de encuestados.

**Gráfico 26:** Razones de compra de la Feria Agroecológica El Vergel



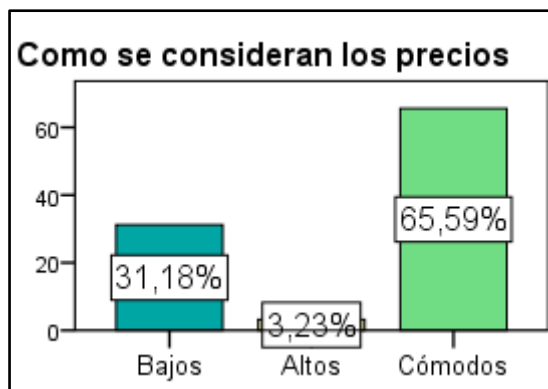
**Fuente:** EDEC EP

**Elaborado por:** Las autoras

#### **¿Cómo considera que son los precios de los productos?**

El 65,59% del total de encuestados consideran que los precios de los productos ofrecidos en la feria agroecológica son cómodos, mientras que el 31,18% los consideran bajos.

**Gráfico 27:** Percepción de precios de la Feria Agroecológica El Vergel



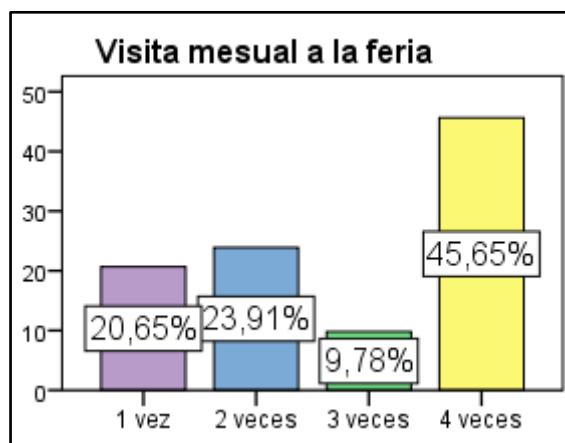
**Fuente:** EDEC EP

**Elaborado por:** Las autoras

### ¿Cuántas veces ha visitado la feria durante un mes?

La frecuencia de visita por la mayoría de los encuestados es de 4 veces al mes que está representado por el 45,65%, en segundo lugar se encuentran que el 23,91% ha visitado la feria 2 veces durante un mes.

**Gráfico 28:** Porcentaje de visitas a la Feria Agroecológica El Vergel



**Fuente:** EDEC EP

**Elaborado por:** Las autoras

### ¿Cree que la feria es un factor positivo para el barrio, donde se fomenta el patrimonio cultural, la economía familiar y las relaciones interpersonales?

Finalmente, en la pregunta acerca de si cree que la feria es un factor positivo para el barrio en donde funciona, la mayor parte de los encuestado respondió que sí con un porcentaje 95,7% y por consiguiente el 2,2 % opina lo contrario.

**Gráfico 29:** Aceptación de la Feria Agroecológica del El Vergel en el barrio



**Fuente:** EDEC EP



## ENCUESTA – CONSUMIDORES

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la percepción y opinión que tiene la población cuencana en relación al consumo de productos agroecológicos. La información proporcionada será de carácter confidencial y usado estrictamente para fines académicos. **(Marque con una X)**

### Perfil del encuestado:

Edad:

18 - 30	45 - 60
30 - 45	más de 60 años

Género:

M	
F	

Ocupación:

Trabajador Público	
Trabajador Privado	
Que hacer doméstico	
Cuenta Propia	
Estudiante	
Otro	

1. Ud. consume productos agrícolas: SI \_\_\_ NO \_\_\_

2 ¿Nombre 3 factores importantes para usted al momento de adquirir los productos?

<input type="checkbox"/> Saludables	<input type="checkbox"/> Orgánicos
<input type="checkbox"/> Precio	<input type="checkbox"/> Libres de químicos
<input type="checkbox"/> Calidad	<input type="checkbox"/> Otros: _____

3 ¿A cuál de los siguientes lugares usted acude con mayor frecuencia para adquirir productos agrícolas? Seleccione el principal.

<input type="checkbox"/> Mercados Municipales	<input type="checkbox"/> Tiendas de barrio
<input type="checkbox"/> Supermercados	<input type="checkbox"/> Ferias agroecológicas
<input type="checkbox"/> Otros: _____	

4 ¿Con qué frecuencia al mes, usted acude a lugar anteriormente mencionado?

<input type="checkbox"/> 1 vez	<input type="checkbox"/> 2 veces	<input type="checkbox"/> más de 5
<input type="checkbox"/> 3 veces	<input type="checkbox"/> 4 veces	

5 Seleccione 3 factores usted considera al momento de asistir al lugar antes mencionado.

<input type="checkbox"/> Cercanía	<input type="checkbox"/> Orden	<input type="checkbox"/> Parqueadero
<input type="checkbox"/> Variedad	<input type="checkbox"/> Atención	<input type="checkbox"/> Venta directa
<input type="checkbox"/> Limpieza	<input type="checkbox"/> Imagen	<input type="checkbox"/> Precio
<input type="checkbox"/> Otros: _____		

6 ¿Cuánto gasta en promedio al momento de adquirir sus productos en este lugar?

<input type="checkbox"/> 5\$ a 15\$	<input type="checkbox"/> Mayor a 30\$
<input type="checkbox"/> 15,01\$ a 30\$	

7 ¿Qué entiende usted por productos agroecológicos?

<input type="checkbox"/> Orgánicos	<input type="checkbox"/> Cuidado del medio ambiente
<input type="checkbox"/> Sin químicos	<input type="checkbox"/> Sin pesticidas
<input type="checkbox"/> Locales	<input type="checkbox"/> No conoce
<input type="checkbox"/> Otros: _____	

8 Conociendo lo que es un producto agroecológico. ¿Estaría usted interesado en asistir a una feria agroecológica?

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Por qué: \_\_\_\_\_

9 ¿Estaría usted dispuesto a acudir a una feria agroecológica en el sector de Cristo Rey?

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Por qué: \_\_\_\_\_



## Universidad de Cuenca

### 10 ¿Qué tipo de productos le gustaría encontrar en la feria agroecológica?

<input type="checkbox"/> Frutas	<input type="checkbox"/> Hortalizas y verduras
<input type="checkbox"/> Huevos	<input type="checkbox"/> Animales menores
<input type="checkbox"/> Granos	<input type="checkbox"/> Hierbas medicinales
<input type="checkbox"/> Lácteos	<input type="checkbox"/> Todas las anteriores
<input type="checkbox"/> Cárnicos	<input type="checkbox"/> Otros: _____

### 11 ¿Qué días le gustaría que funcione la feria agroecológica?

<input type="checkbox"/> Lunes	<input type="checkbox"/> Miércoles	<input type="checkbox"/> Viernes	<input type="checkbox"/> Domingo
<input type="checkbox"/> Martes	<input type="checkbox"/> Jueves	<input type="checkbox"/> Sábados	

### 12 En qué horario le gustaría que funcione la feria agroecológica

<input type="checkbox"/> Mañana	<input type="checkbox"/> Tarde	<input type="checkbox"/> Todo el día
---------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------

### 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en promedio en esta feria agroecológica?

<input type="checkbox"/> 5\$ a 15\$	<input type="checkbox"/> Mayor a 30\$	<input type="checkbox"/> 15,01\$ a 30\$
-------------------------------------	---------------------------------------	---

### 14 ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre la feria agroecológica?

<input type="checkbox"/> Aplicaciones	<input type="checkbox"/> Redes sociales	<input type="checkbox"/> Página web
<input type="checkbox"/> Televisión	<input type="checkbox"/> Medios impresos	<input type="checkbox"/> Radio
<input type="checkbox"/> Otros: _____		

### 15 ¿Conoce usted que la Constitución protege el derecho o acceso a una alimentación sana y soberana?

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

### 16 Usted considera que la feria agroecológica representa un factor positivo para el lugar en donde se encuentra ubicado.

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Por qué: \_\_\_\_\_

### 17 ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

Menos de 386\$	500\$-600\$	386\$-500\$	Más de 600\$	NR
----------------	-------------	-------------	--------------	----

### 18. Por favor indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Usted cree que se debería fomentar el consumo de alimentos saludables, libres de químicos y amigables con el medio ambiente.					
Es importante mantener y proteger los conocimientos ancestrales de las comunidades rurales.					
Usted considera el estado debería fomentar la producción agroecológica, además de crear espacios para la comercialización de los mismos.					
Compraría usted productos de acuerdo a la estacionalidad y el tiempo de cosecha.					
Los ciudadanos deberían considerar la importancia del consumo de productos locales.					
Usted dejaría de comprar este tipo de productos a grandes distribuidoras, sabiendo que la presencia de intermediarios afecta a los pequeños productores.					

**Observaciones:** \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**





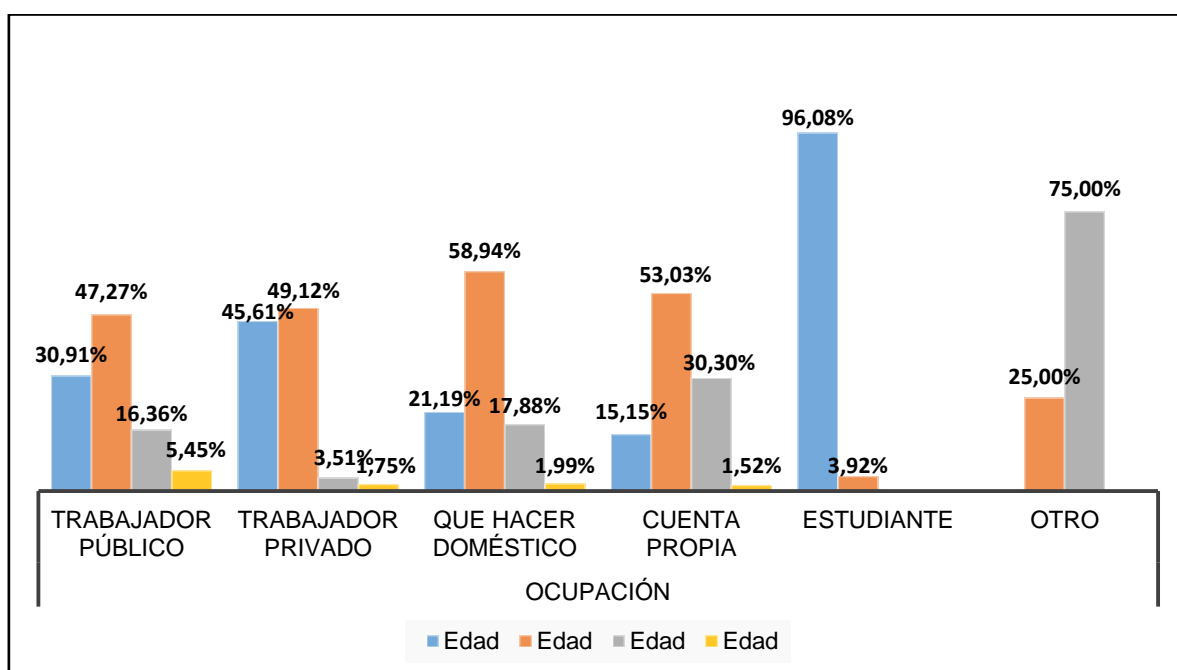
## Anexo 5: Tabulación de encuesta a consumidores

De los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas se obtuvo los siguientes resultados:

### Perfil de los encuestados:

Edad *Género tabulación cruzada		
	Género	
	Masculino	Femenino
Edad 18 -30	26,87%	73,13%
30 - 45	21,55%	78,45%
45 - 60	21,31%	78,69%
más de 60 años	50,00%	50,00%
Total	23,96%	76,04%

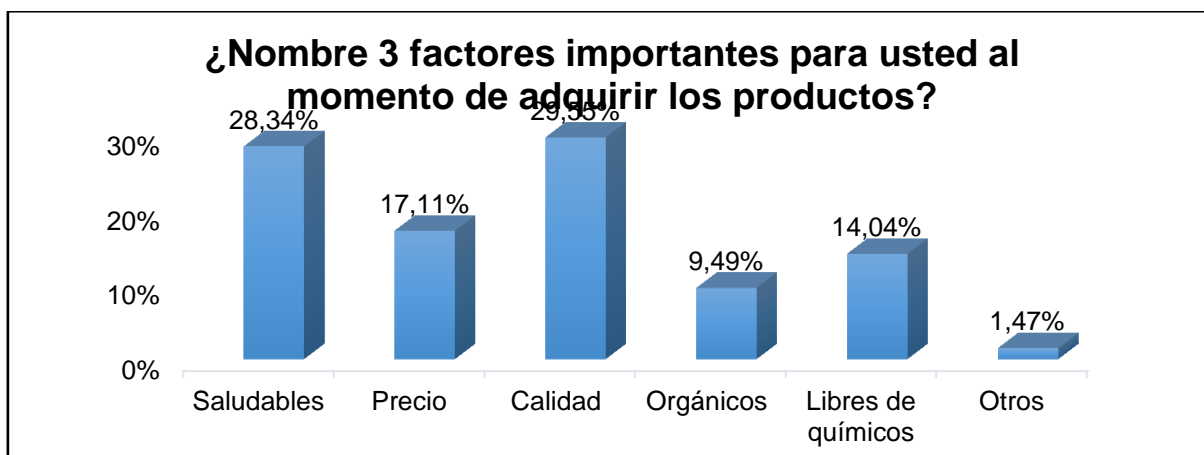
**Gráfico 30:** Perfil de los encuestados



**Elaborado por:** Las autoras

Del total de personas encuestadas el 76,04% son mujeres y el 23,96% son hombres, entre los cuales la mayoría se encuentra entre la edad de 30 y 45 años y de estos la ocupación predominante es que hacer doméstico, ya que son quienes normalmente se encarga de realizar las compras para el hogar y el mercado objetivo del proyecto. Además, que de acuerdo a la pregunta número uno en la encuestas estas fueron aplicadas en su totalidad a quienes consumen productos agrícolas.

**Gráfico 31:** Factores importantes en la compra

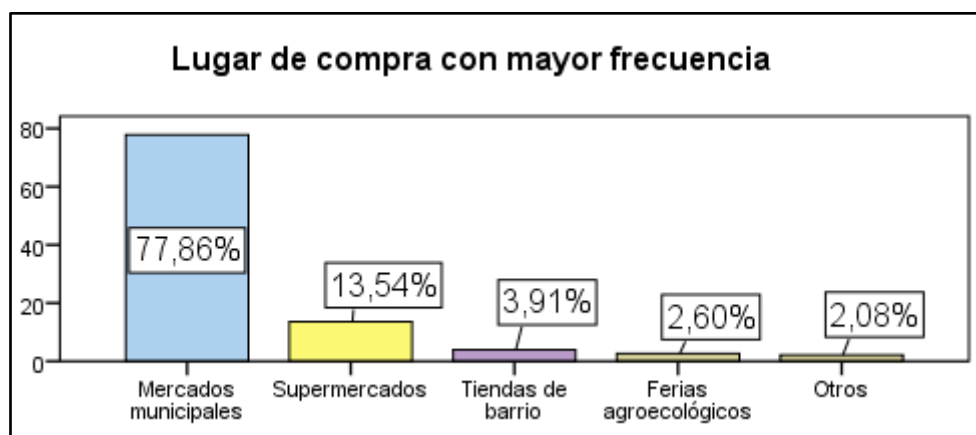


**Elaborado por:** Las autoras

Los 3 factores más importantes indicados por los encuestados, al momento de comprar productos agrícolas son la calidad con un porcentaje de 30%, comentando que este es un factor importante, ya que la frescura y el buen estado de los productos, proporcionaban un incentivo al momento de adquirirlos, de igual manera, otro de los factores más destacados es que estos deben ser saludables teniendo un porcentaje del 28%, por lo que mencionaron que en la actualidad es muy complicado asegurarse de que un alimento sea saludable, ya que hoy en día se pueden encontrar muchos alimentos modificados genéticamente.

### Pregunta N° 3

**Gráfico 32:** Lugar de compra

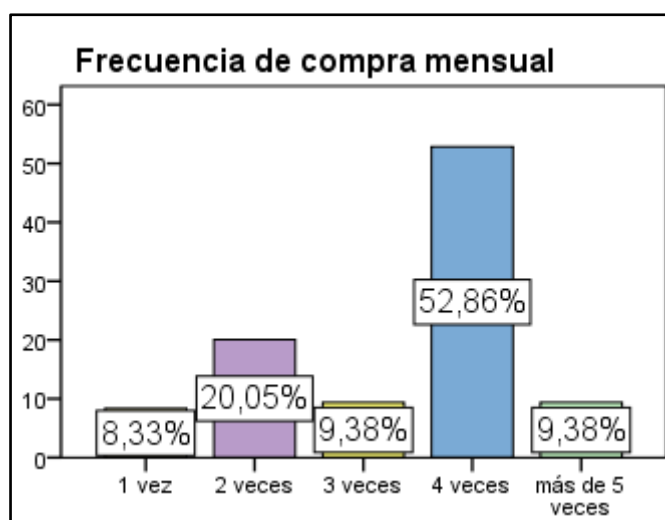


**Elaborado por:** Las autoras

En relación al lugar de compra habitual un porcentaje considerable del 77,86% del total de personas encuestadas, indican que realizan sus compras en mercado municipales de la ciudad, entre los cuales se destacan mercados cercanos al lugar de vivienda, sobresaliendo la Feria Libre como lugar de compra, además que se proporciona información de que 2,60% de encuesta realiza sus compras en ferias agroecológicas dando como el ejemplo el BIOCENTRO.

#### Pregunta Nº 4

**Gráfico 33:** Frecuencia de compra



**Elaborado por:** Las autoras

La frecuencia de compra que predomina del total de encuestado es de 4 veces al mes con un 52,86% ya que la mayoría prefiere realizar sus compras cada fin de semana y seguido por 2 veces al mes con un total del 20,05 % lo que indica que lo realizan cada 15 días.

#### Pregunta Nº5

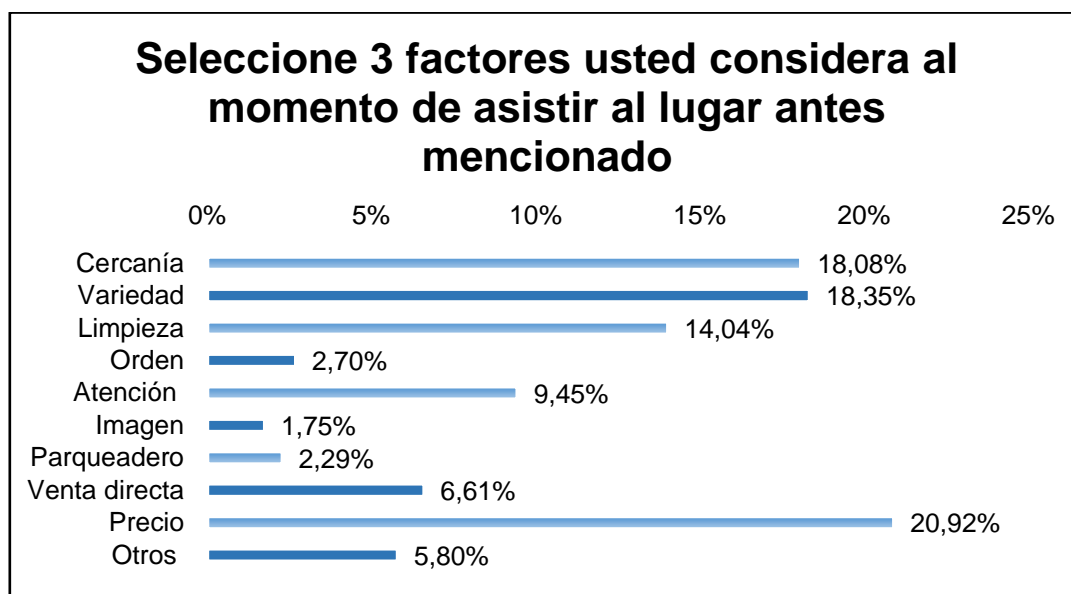
Entre los tres factores más importantes a considerar por los encuestados, al momento de asistir al lugar de compra de sus productos agrícolas, está el precio representado con un 20,92%, por lo que indicaron que este lugar proporciona precios adecuados para su bolsillo, además otro factor importante es la variedad con un porcentaje de 18,35%, lo que permitirá que la Feria Agroecológica de Cristo Rey deberá contar con más variedad de productos,



## Universidad de Cuenca

seguido muy de cerca por el factor de cercanía con un porcentaje de 18,08%, ya que muchos de los encuestados indicaron que asisten a realizar sus compras a lugares próximos a su domicilio, por factor tiempo, esta permitirá incentivar a la RAA en la búsqueda de nuevos participantes con más productos para la Feria Agroecológica, además de ser uno de los factores de compra el precio se debería buscar la forma de socializar que de que este tipos de feria fomentan el comercio justo tanto para compradores como consumidores.

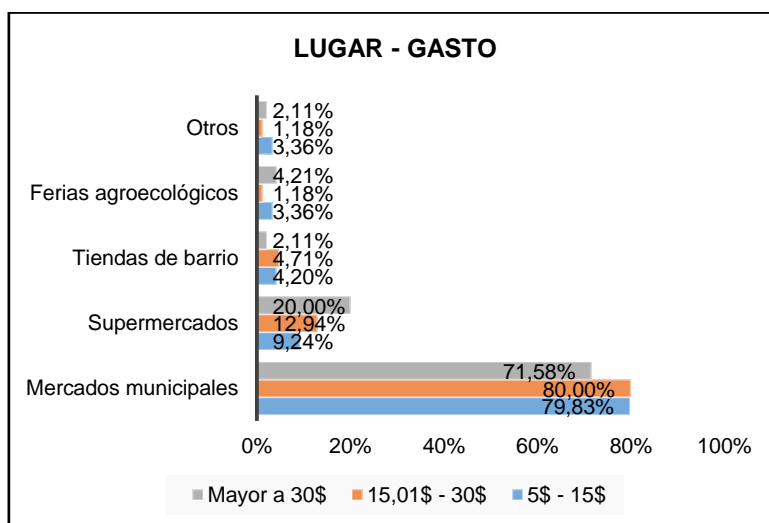
**Gráfico 34:** Consideraciones en el lugar de compra



Elaborado por: Las autoras

### Pregunta N°6

**Gráfico 35:** Gasto en el lugar de compra

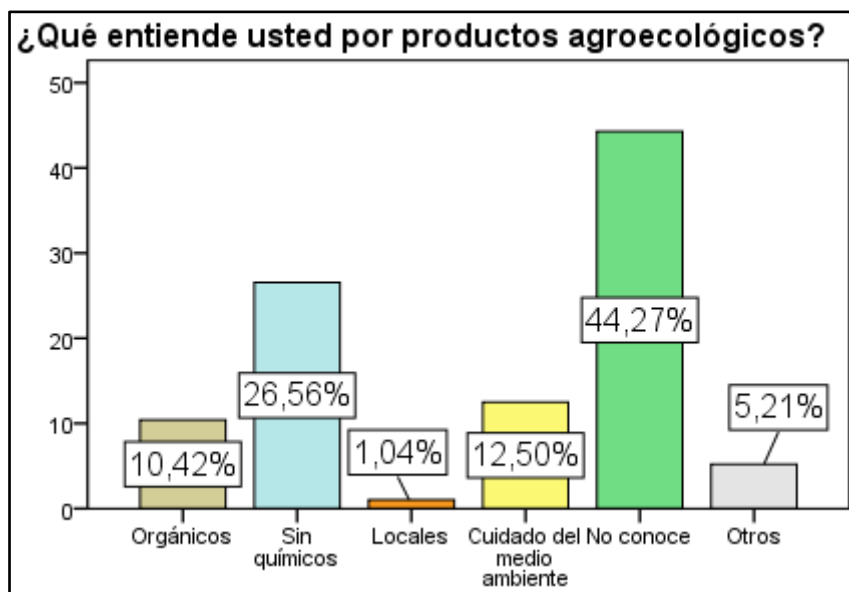


Elaborado por: Las autoras

El gasto aproximado se encuentra entre los 5\$ y 15\$ por cada visita en lugar, destinado para el consumo de frutas y hortalizas, siendo estos valor prioritario en mercados municipales, mientras que un gasto mayor a 30 \$ es significativo cuando los encuestados realizan sus compras en Supermercados.

### Pregunta N°7

**Gráfico 36:** Percepción de productos



Elaborado por: Las autoras

El 44,39% de encuestados no conoce lo que es un producto agroecológico y un 26,37% considera que son productos sin químicos, lo cual quiere decir que es importante dar conocer que este tipo de productos cumplen con más características que agregan valor al producto, pues las respuestas en otros se mencionan productos que son de la de tierra lo cual indica una relación con la terminología agro ya que tiene connotaciones de campo y agricultura.

### Pregunta N° 8

**Tabla 35:** Tabulación cruzada de parroquias e interés en una feria agroecológica

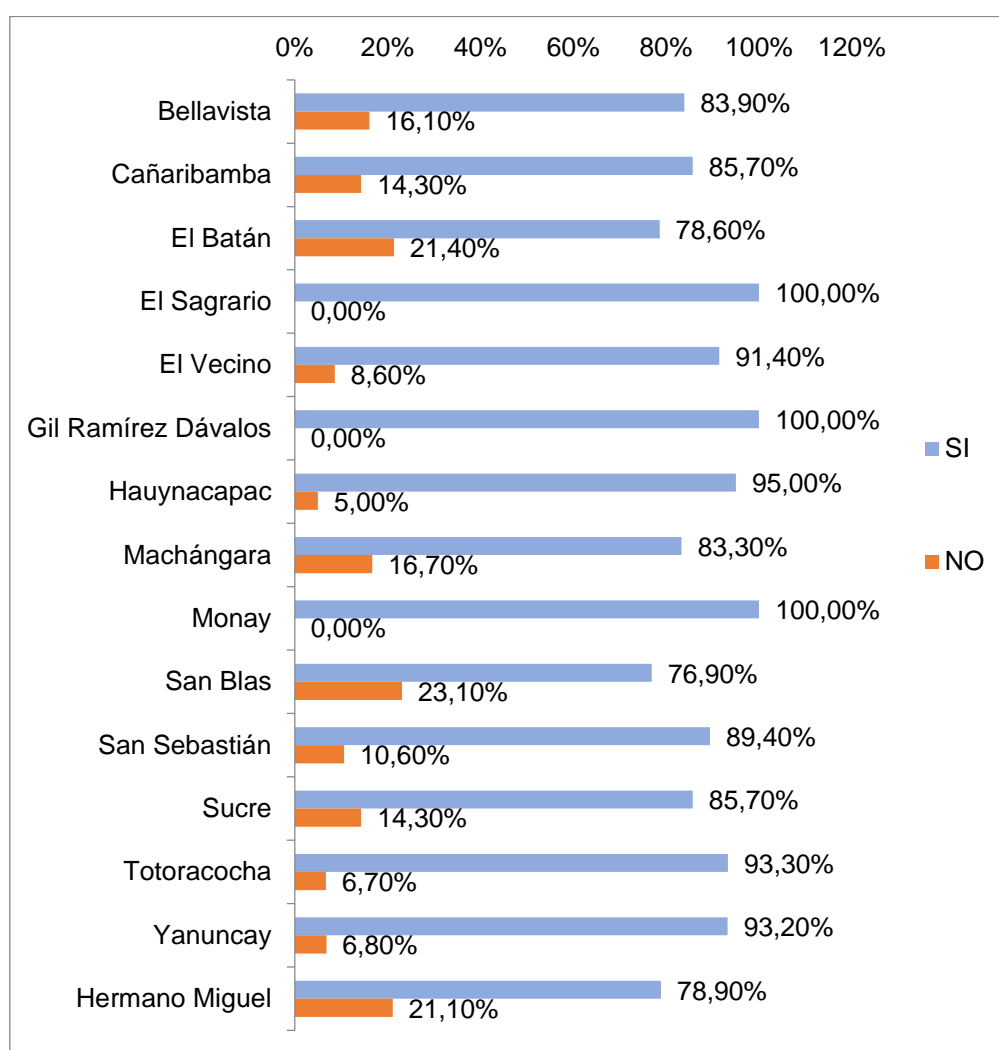
Parroquias*Conociendo lo que es un producto agroecológico. ¿Estaría Ud. interesado en asistir a una feria agroecológica? tabulación cruzada		
Parroquias	SI	NO
Bellavista	83,9%	16,1%



Cañaribamba	85,7%	14,3%
El Batán	78,6%	21,4%
El Sagrario	100,0%	0,0%
El Vecino	91,4%	8,6%
Gil Ramírez Dávalos	100,0%	0,0%
Huaynacapac	95,0%	5,0%
Machángara	83,3%	16,7%
Monay	100,0%	0,0%
San Blas	76,9%	23,1%
San Sebastián	89,4%	10,6%
Sucre	85,7%	14,3%
Totoracocha	93,3%	6,7%
Yanuncay	93,2%	6,8%
Hermano Miguel	78,9%	21,1%
Total	89,1%	10,9%

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 37:** Tabulación cruzada de parroquias e interés en una feria agroecológica





Las respuestas obtenidas en relación al interés por parte de los encuestados en asistir a una feria agroecológica, nos indican que cada una de las parroquias la mayoría de la personas estarían interesadas en asistir incluyendo la parroquia Bellavista la cual es clave en nuestro estudios, además que se muestra gran interés por parte de parroquias como Gil Ramírez Dávalos y Monay con un 100% de respuesta de SI, representado un indicio para la implementación de nuevas ferias agroecológicas.

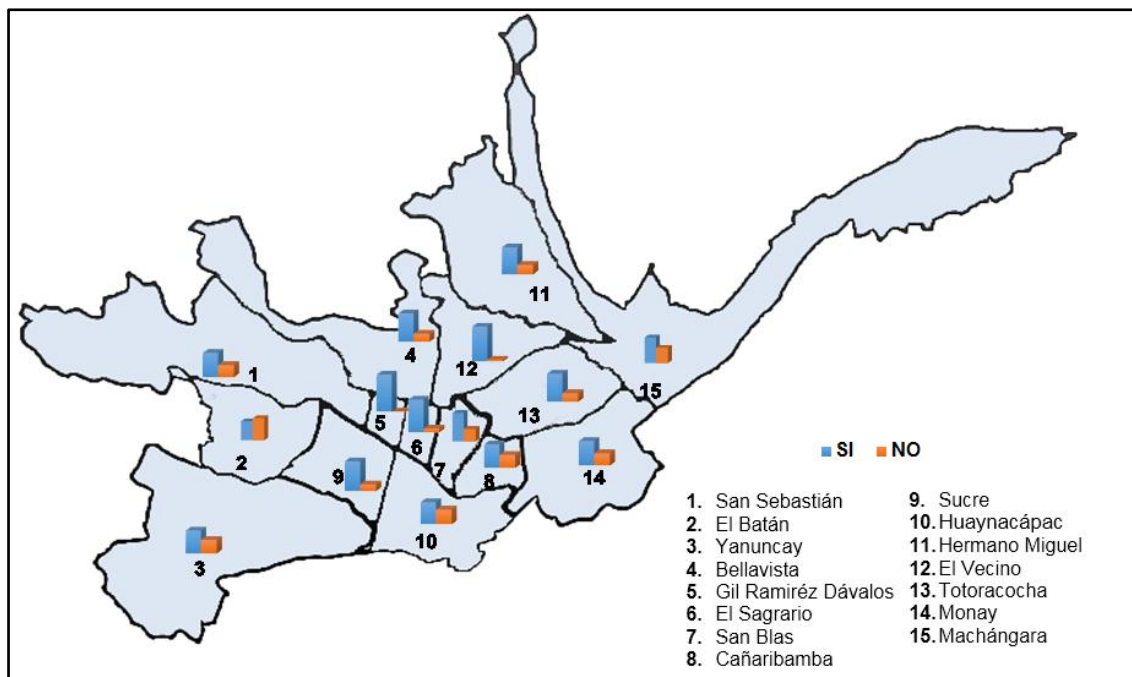
### Pregunta Nº 9

**Tabla 36:** Tabulación cruzada de parroquias y aceptación de la feria

<b>Parroquias* ¿Estaría usted dispuesto a acudir a una feria agroecológica en el sector de Cristo Rey? tabulación cruzada</b>		
<b>Parroquias</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Bellavista	77,42%	22,58%
Cañaribamba	64,29%	35,71%
El Batán	46,43%	53,57%
El Sagrario	88,89%	11,11%
El Vecino	94,29%	5,71%
Gil Ramírez Dávalos	100,00%	0,00%
Huaynacapac	60,00%	40,00%
Machángara	62,50%	37,50%
Monay	66,67%	33,33%
San Blas	69,23%	30,77%
San Sebastián	76,60%	23,40%
Sucre	80,95%	19,05%
Totoracocha	66,67%	33,33%
Yanuncay	62,71%	37,29%
Hermano Miguel	73,68%	26,32%
<b>Total</b>	<b>71,09%</b>	<b>28,91%</b>

Elaborado por: Las autoras

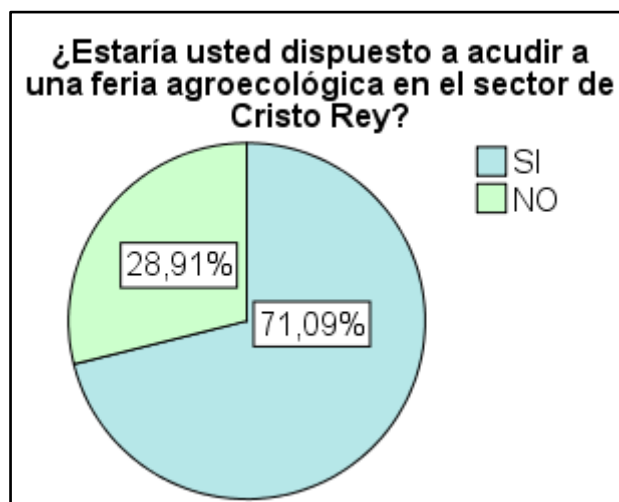
**Gráfico 38:** Mapa de parroquias urbanas de Cuenca y aceptación de la feria



**Elaborado por:** Las autoras

En los resultados de esta pregunta se puede observar la aceptación de los encuestados en asistir a la Feria Agroecológica en Cristo Rey, en especial en parroquias cercanas a la misma como lo son: El Vecino con un 94,29%, el Sagrario con el 88,89%, Gil Ramírez Dávalos con el 100% y Bellavista con el 77,42%.

**Gráfico 39:** Aceptación de la Feria Agroecológica de Cristo Rey



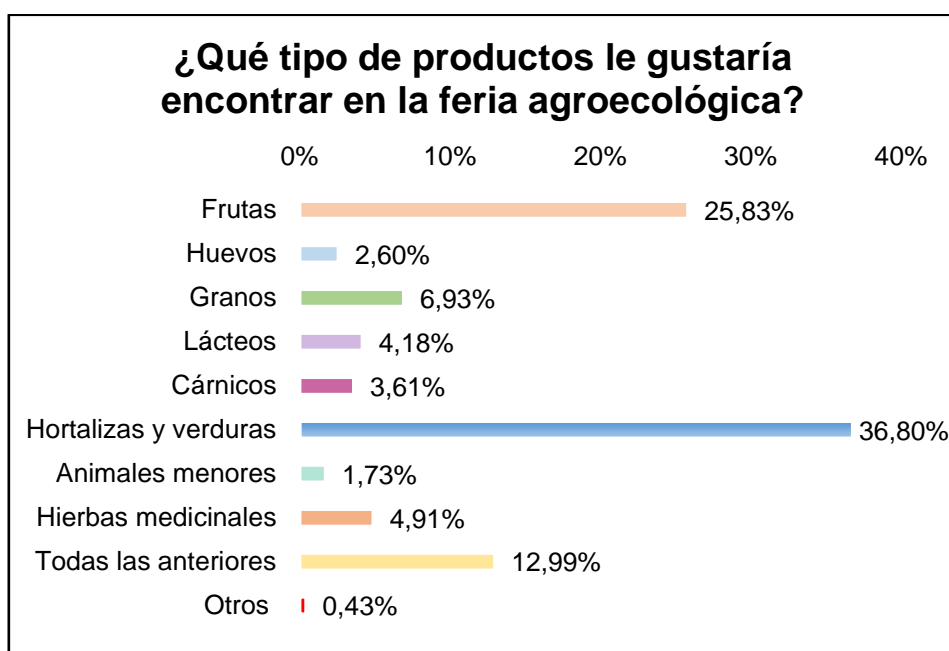
**Elaborado por:** Las autoras



Con esta pregunta se puede observar el apoyo que la Feria Agroecológica de Cristo Rey obtuvo, ya que un porcentaje considerable del 71, 09%, está dispuesto a asistir a dicha feria, igualmente el 28,91% indicaron lo contrario que no asistirían, por varias razones como por ejemplo que esta se encuentra muy lejos de su domicilio, o que no disponían de tiempo y no conocían el lugar.

### Pregunta N° 10

**Gráfico 40:** Productos de la feria



**Elaborado por:** Las autoras

Así mismo esta pregunta determino, cuales son los productos que los encuestados, les gustaría encontrar en la feria agroecología, entre los cuales están hortalizas y verduras con un porcentaje del 37%, seguido del factor frutas con un porcentaje del 26%, aunque estas opciones fueron la mayormente señaladas, cabe destacar, que a un porcentaje del 13% le gustaría, encontrar variedad en la feria.

### Pregunta N°11

Así mismo, con esta pregunta se determinó, el día idóneo para que funcione la Feria Agroecológica de Cristo Rey, siendo el día sábado con un porcentaje muy representativo del 41,31%, además se determinó una segunda opción la cual



Universidad de Cuenca

es el día domingo con un porcentaje del 27,15%, ya que los encuestados mencionaron que los fines de semana son días en donde disponen de tiempo.

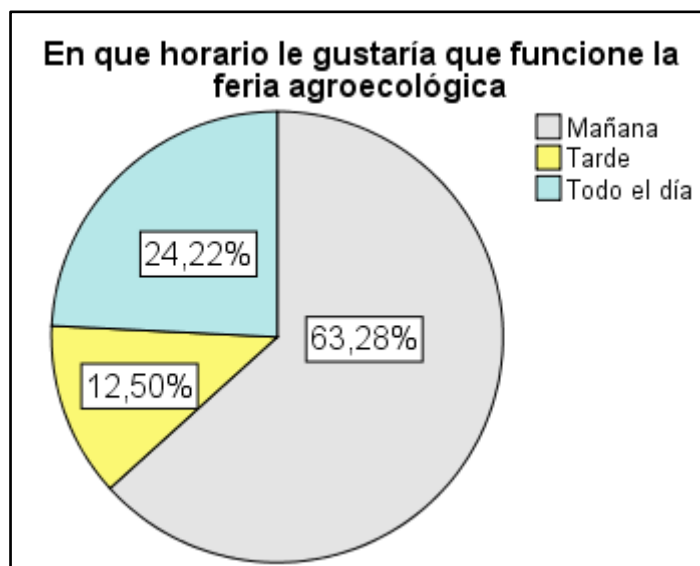
**Gráfico 41:** Día de funcionamiento para la feria



Elaborado por: Las autoras

## Pregunta N°12

**Gráfico 42:** Horario para la feria



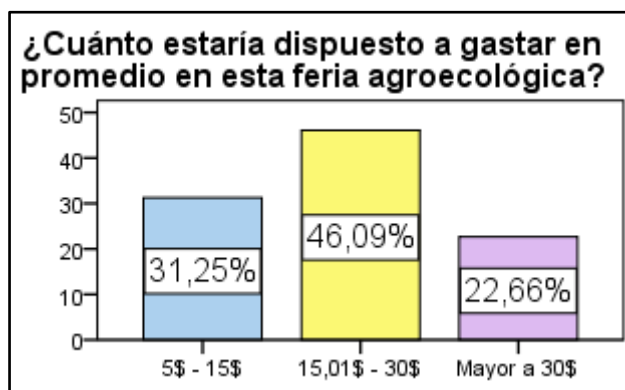
Elaborado por: Las autoras

En la pregunta ¿En qué horario le gustaría que funcione la feria agroecológica?, el 63,28% de los encuestados mencionaron que el mejor horario para que funcione la feria agroecológica sería en la mañana, ya que en

este horario en donde pueden encontrar alimentos frescos, así como, es el momento en donde disponen de tiempo.

### Pregunta N°13

**Gráfico 43:** Gasto promedio en la feria



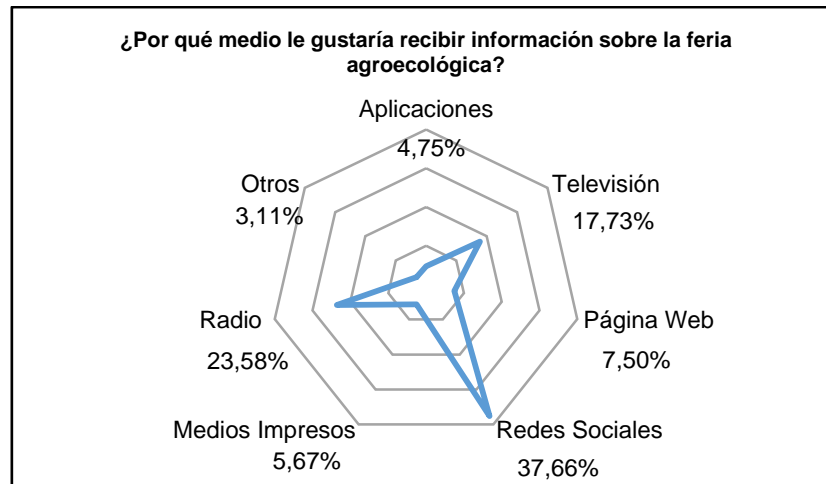
**Elaborado por:** Las autoras

El 46,09% de encuestados estaría dispuesto a gastar entre 15\$ y 30\$ en la Feria Agroecológica de Cristo Rey y un 31,25% respondió que sería un gasto entre 5\$ y 15\$ dólares por visita, esto estaría equilibrado al gasto que hacen en sus lugares habituales de compra si encontraran los mismos productos.

### Pregunta N° 14

En el siguiente gráfico se puede observar que los medios de comunicación más utilizado por los encuestados son: redes sociales con un porcentaje de 38%, seguido por la segunda opción que es radio con un porcentaje del 24%, con estos resultados se podrá dar a conocer la feria agroecológica, mediante las redes sociales y además aplicar publicidad mediante spots en radios, esto permitirá posicionar a la feria agroecológica en la ciudad.

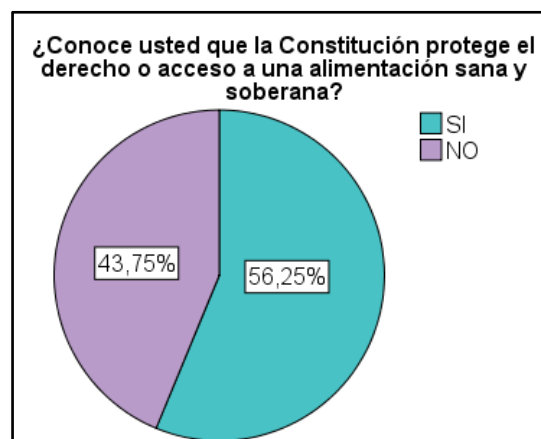
**Gráfico 44:** Medios de comunicación para publicidad



**Elaborado por:** Las autoras

**Pregunta Nº 15**

**Gráfico 45:** Conocimiento de protección de la alimentación sana y soberana

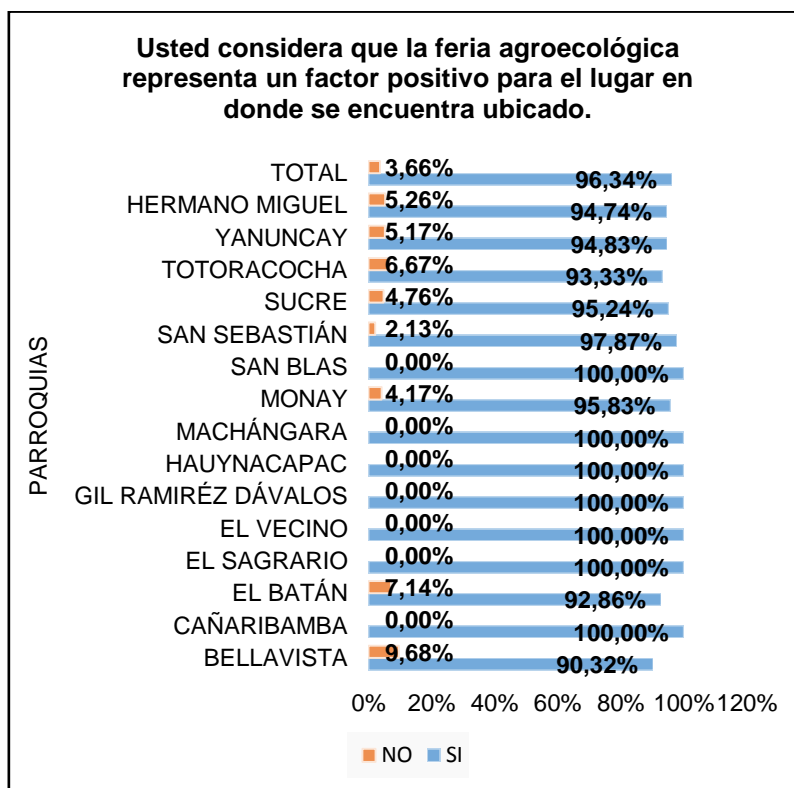


**Elaborado por:** Las autoras

En esta pregunta se puede observar que un 43,75% de total de encuestados, siendo un porcentaje representativo no conoce sobre la protección de la soberanía alimentaria por parte de la constitución, lo que indica que un porcentaje considerable de ciudadanos no está consciente de cuáles son sus derechos con respecto a la alimentación.

## Pregunta N°16

**Gráfico 46:** Percepción de la creación de ferias



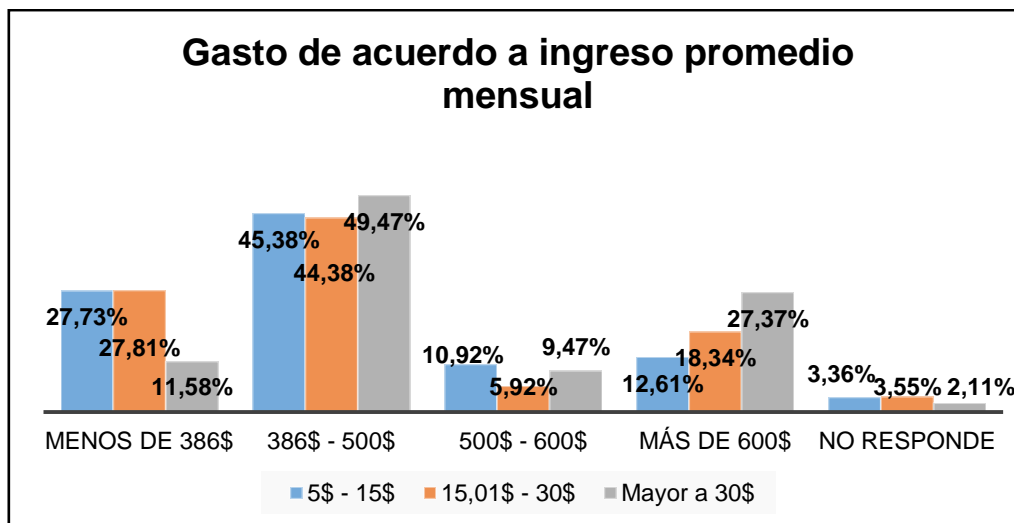
**Elaborado por:** Las autoras

Como se puede observar en el gráfico del total 96,34% del total considera que una feria agroecológica es algo positivo para el lugar en donde esté ubicado, lo cual es más representativo en parroquias como Machángara, Huaynacapac, El Vecino, Gil Ramírez Dávalos, El Sagrario, además de un 90,32% de aceptación en lugar a ser ubicado la Feria Agroecológica de Cristo Rey.

## Pregunta N° 17

El gasto en el lugar de compra de acuerdo a nivel de ingresos, nos indica que quienes tienen un ingreso familiar entre 386\$ y 500\$, en su mayoría gastan en promedio más de 30\$ por cada visita al momento de realizar las compras, mientras quienes tienen un ingreso menor de 386\$ gastan en promedio entre 15\$ y 30\$.

**Gráfico 47:** Ingreso promedio mensual de encuestados



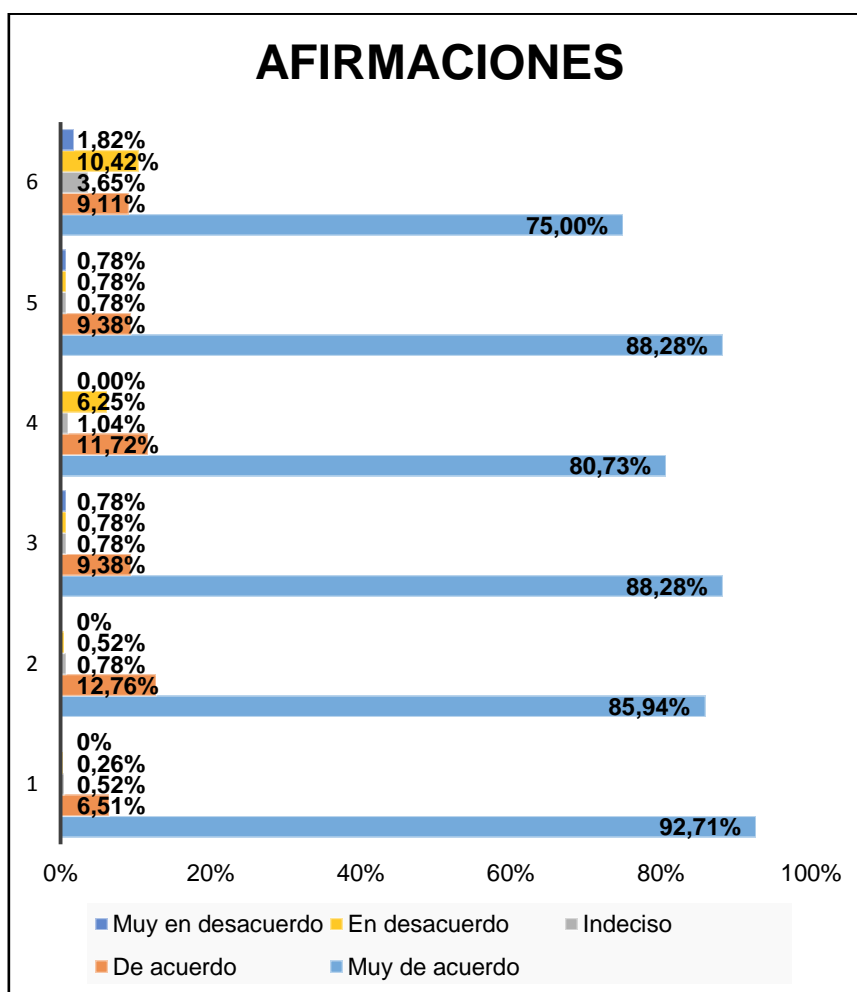
**Elaborado por:** Las autoras

**Pregunta N°18**

**Gráfico 48:** Afirmaciones planteadas a encuestados

Nº	AFIRMACIONES
1	Usted cree que se debería fomentar el consumo de alimentos saludables, libres de químicos y amigables con el medio ambiente
2	Es importante mantener y proteger los conocimientos ancestrales de las comunidades rurales.
3	Usted considera el estado debería fomentar la producción agroecológica, además de crear espacios para la comercialización de los mismos
4	Compraría usted productos de acuerdo a la estacionalidad y el tiempo de cosecha.
5	Los ciudadanos deberían considerar la importancia del consumo de productos locales.
6	Usted dejaría de comprar este tipo de productos a grandes distribuidoras, sabiendo que la presencia de intermediarios afecta a los pequeños productores.

**Elaborado por:** Las autoras



**Elaborado por:** Las autoras

De acuerdo a la gráfica se puede concluir que existe un grado alto de acuerdo, representado por el 92,71% con respecto a que se debería fomentar el consumo de productos saludables, libres de químicos y amigables con el medio ambiente, al igual que es importante considerar el consumo de productos locales con un 88,28% que contestaron estar muy de acuerdos con esta afirmación. Un factor importante que se debe resaltar que existe un 10,42% y 1,82% del total de encuestados que expresan en la afirmación 6 que no estaría dispuestos a dejar este tipo de productos a grandes distribuidoras, es decir que mantendrían sus lugares habituales de compra.

**Tabulación cruzada:** De la afirmación “Los ciudadanos deberían considerar la importancia del consumo de productos locales” y la pregunta ¿Conoce usted

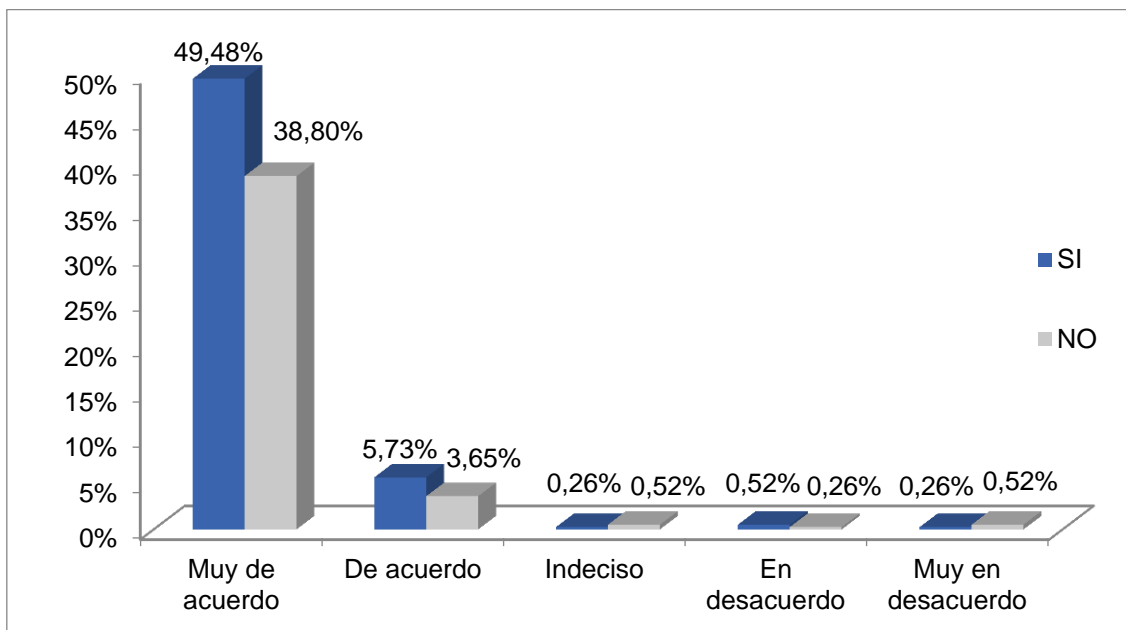


## Universidad de Cuenca

que la Constitución protege el derecho o acceso a una alimentación sana y soberana?

El 49,48% de los encuestados conoce que la Constitución de la República del Ecuador protege el derecho o acceso a una alimentación sana y soberana, por consiguiente el 38,80% desconoce este derecho, sin embargo ambos consideran la importancia de consumir productos locales.

**Gráfico 50:** Importancia de consumo local

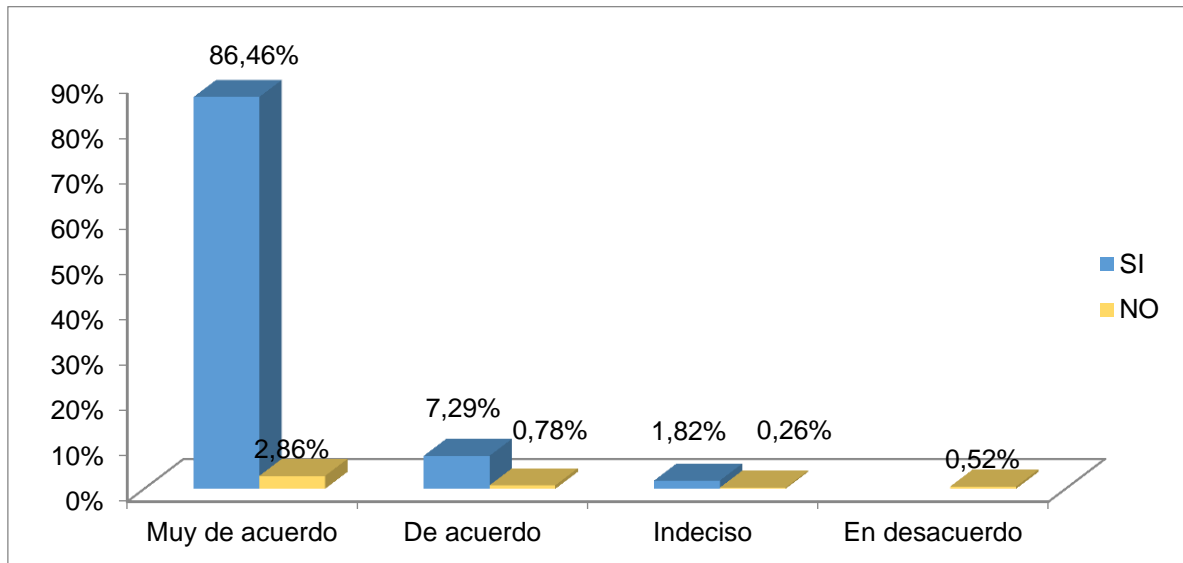


**Elaborado por:** Las autoras

**Tabulación cruzada:** De las afirmaciones “Usted considera el estado debería fomentar la producción agroecológica, además de crear espacios para la comercialización de los mismos” y “Usted considera que la feria agroecológica representa un factor positivo para el lugar en donde se encuentra ubicado”.

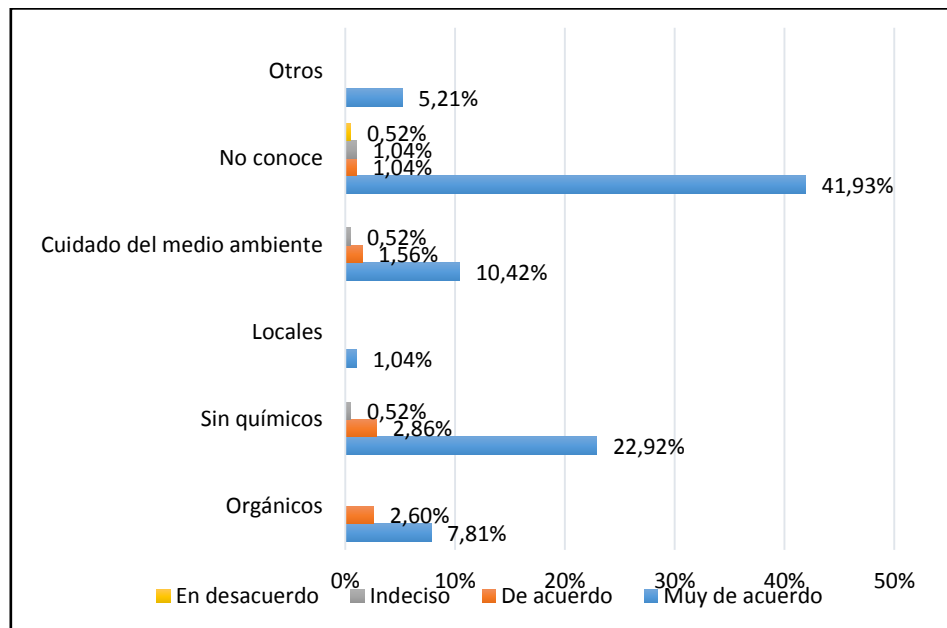
El 86,46% de los encuestados que piensan que una feria agroecológica es un factor positivo para el lugar en donde esta se encuentran ubicada, están muy de acuerdo en que el estado debería promover la producción agroecológica, así como crear más espacios para la comercialización de los mismos.





**Tabulación cruzada:** De la pregunta ¿Qué entiende usted por productos agroecológicos? y la afirmación “Usted considera el estado debería fomentar la producción agroecológica, además de crear espacios para la comercialización de los mismos”.

**Gráfico 52:** Tabulación cruzada de percepción y aceptación de productos.



Un porcentaje representativo del 41,78% no conoce lo que es un producto agroecológico, no obstante el 22,98% lo asocia a productos sin químicos, a pesar de ello ambas grupos consideran de que es estado debería fomentar la



Universidad de Cuenca

producción agroecológica así como crear canales cortos de comercialización para que se pueda conocer más acerca de estos.

## Anexo 6: Matriz de porcentajes de participación de mercado

Guía de Aproximaciones de Porcentaje de Participación de Mercado				
Nro	Que tan grandes son sus competidores?	Que tantos competidores tiene?	Que tan similares son sus productos a los suyos?	Cual parece ser su porcentaje?
1	Grandes	Muchos	Similares	0% - 0,5%
2	Grandes	Algunos	Similares	0% - 0,5%
3	Grandes	Uno	Similares	0,5% -5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	0,5% -5%
5	Grandes	Algunos	Diferentes	0,5% -5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	10% -15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	5% -10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	10% -15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	10% -15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	20% -30%
11	Pequeños	Uno	Similares	30% - 50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	40% - 80%
13	Sin competencia	Sin Competencia	Sin Competencia	80% - 100%

**Fuente y Elaboración:** (Quintero Bertel, Flórez Morales, & Castillo Duque, 2012)

La matriz de porcentajes de participación de mercado permitio establecer un porcentaje del 0,5% para el cálculo del mercado objetivo, en donde los productores participantes en la feria tienen grandes competidores como mercados locales y supermercados, que ofertan productos agrícolas y en ocasiones lo promueven como orgánico.

## Anexo 7: Precios de productos agroecológicos

Los valores presentados fueron obtenidos por medio de la encuesta a productores, en donde el precio de algunos productos varia de acuerdo al tamaño.



**Tabla 37: Precios de productos agroecológicos**

Comida típica			Frutas		
Descripción	Cantidad	Precio	Descripción	Cantidad	Precio
Seco de pollo	Plato	\$ 1,50	Sambo	1 unidad	\$0,25-\$0,50-\$1,00
Pollo asado	Plato	\$ 1,50	Peras	12 unidades	\$ 1,00
Cuy asado	Plato	\$ 12,00	Durazno	8-10 Unidades	\$ 1,00
Mote con cáscara	Plato	\$ 1,50	Oro	12 unidades	\$ 0,50
Fréjol cocinado	Plato	\$0,50 - \$1,00	Uvas	1lb	\$ 1,00
Alverja cocinada	Plato	\$0,50 - \$1,00	Limón	10-15 Unidades	\$ 1,00
Habas cocinadas	Plato	\$0,50 - \$1,00	Maracuya	4 unidades	\$ 1,00
Chicha de jora	1L y 1/2 L	1,00\$ - 2,00\$	Guabas	4 unidades	\$ 1,00
Caldo de pata	Plato	\$ 2,00	Zapote	4 unidades	\$ 1,00
Tortillas de trigo	1 unidad	\$ 0,50	Plátano	6-7 unidades	\$ 1,00
Tortillas de maíz	1 unidad	\$ 0,50	Manzana	10 unidades	\$ 1,00
Café	1 taza	\$ 0,50	Uvilla	1 Funda	\$ 1,00
Morocho	1 taza	\$ 0,50	Naranjilla	1 Funda	\$ 1,00
Empanada de verde	1 unidad	\$ 0,50	Guayaba	10 unidades	\$ 1,00
Empanada de yuca	1 unidad	\$ 0,50	Pitahaya	1Kg	\$ 2,00
Bolón de verde	1 unidad	\$ 0,50	Caimo	5 unidades	\$ 1,00
Encebollado de pescado	Plato	\$ 2,00	Maqueños (Guineo rojo)	12 unidades	\$ 1,00
Corviche	Plato	\$ 0,50	Guineo Americano	12 unidades	\$ 0,50
Chocolate	1 taza	\$ 0,50	Guineo Seda	5 unidades	\$ 1,00
Mote casado	Plato	\$ 1,50	Nabo extranjero	Atado	\$ 0,50
Mote sucio	Plato	\$ 1,00	Caña Agria	3 unidades	\$ 1,00
Tamal de pollo	1 unidad	\$ 0,50	Capulí	1lb	\$ 1,00
Ceviche de Trucha	Plato	\$ 1,00	Hortalizas y verduras		
Frutas			Descripción	Cantidad	Precio
Descripción	Cantidad	Precio	Apio	Atado	\$ 0,25
Guineo	12 unidades	\$ 1,00	Col	1 unidad	\$0,4 - \$0,50
Verde	6-8 unidades	\$ 1,00	Zanahoria	Atado	\$0,5 - \$1,00
Fresas	1lb	\$ 1,25	Pimiento	4-6 unidades	\$ 0,50
Naranja	7 unidades	\$ 1,00	Ajo	Atado	\$ 0,50
Tomate de árbol	1 Funda	\$ 1,00	Cebollín	Atado	\$ 0,25
Granadilla	1 Funda	\$ 1,00	Coliflor	1 unidad	\$0,25 - \$0,50
Zucchini	1 Unidad	\$ 0,25	Brócoli	1 unidad	\$0,25 - \$0,50
Mora	1lb	\$ 1,00	Perejil	Atado	\$ 0,25
Hortalizas y verduras			Cárnicos		



## Universidad de Cuenca

Descripción	Cantidad	Precio	Descripción	Cantidad	Precio
Cebolla	4lb	\$ 1,00	Trucha	1lb	\$ 2,50
Culantro	Atado	\$ 0,25	Gallo	1lb	\$ 2,50
Tomate riñón	1lb	\$ 0,50	Carne de cerdo(lomo)	1lb	\$ 3,00
Nabo repollo	1 unidad	\$ 1,25	Manteca de cerdo	tarrina	\$ 2,00
Espinaca	Atado	\$ 0,25	Cuero	1lb	\$ 3,00
Nabo	Atado	\$ 0,25	<b>Hierbas medicinales</b>		
Col morada	1 unidad	\$0,25 - \$0,50	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Acelga	Atado	\$ 0,25	Frescos	Atado	\$0,25 - \$0,50
Remolacha	Atado	\$0,25 - \$0,50	Borraja	Atado	\$ 0,25
Lechuga	1 unidad	\$0,25 - \$0,50	valeriana de la costa	Atado	\$ 0,25
Rábano	Atado	\$ 0,25	Manzanilla	Atado	\$ 0,25
Zanahoria blanca	1lb	\$ 1,00	Flor de malva	Atado	\$ 0,25
Cebolla pauteña	Atado	\$ 0,25	Escancel	Atado	\$ 0,25
Ají	1 unidad	\$ 0,05	Moradilla	Atado	\$ 0,25
Cebolla colorada	1lb	\$ 0,50	Flor de nabo	Atado	\$ 0,25
Alverja	1 lb	\$ 1,50	<b>Granos</b>		
Haba	1lb	\$ 1,00	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Choclo	4 mazorcas	\$ 1,00	Fréjol	1 lb	\$1,25 - \$1,50
Achogchas	20 unidades	\$ 0,50	Fréjol tierno	1 funda	\$ 1,25
Lechuga crespa	1 unidad	\$ 0,25	Pepa de sambo	1 funda	\$ 1,00
Papas	1 gal	\$ 1,00	Maíz pelado	1gl	\$2,50 - \$3,00
Melloco	1gal	\$1,00 - \$2,00	Granos secos	1lb	\$ 1,00
Camote	2lb	\$ 0,50	<b>Otros</b>		
Yuca	1lb	\$ 0,25	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
<b>Lácteos</b>			Huevos criollos	1unidad	\$0,25 - \$0,30
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Medicina Ancestral</b>		
Yogurt	1l	\$ 2,00	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>
Quesillo	1lb	\$ 1,50	Control prenatal	-	\$ 5,00
Leche	1 1/2 l	\$ 1,00	Baños del cinco	-	\$5 -\$10 -\$15
Queso	1lb	\$ 2,00	Limpias personales y a domicilio	-	\$3 hasta 50\$
Queso mozzarella	1lb	\$ 3,00	Mal de ojo	-	\$ 2,00
Queso amasado	1lb	\$ 2,00	Espanto	-	\$ 3,00
Manjar	Tarrina	\$0,5 - \$1	Inflamación del corazón	-	\$ 2,00
<b>Cárnicos</b>			Masajes	-	\$ 5,00
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	Agua de pitimas	-	\$0,25 - \$0,50
Pollo acriollado	1lb	\$ 1,50	Aguas medicinales	-	\$1 - \$10
Carne de cerdo	1lb	\$ 2,00	Mal aire (Ritual)	-	\$10 - \$50

**Elaborado por: Las autoras**



Universidad de Cuenca

### **Anexo 8:** Banner y folleto propuesto en promoción y publicidad

Banner propuesto para la feria en donde se detalla el horario y se realizan sugerencias a consumidores.

**Ilustración 13:** Propuesta de publicidad



**Elaborado por:** Las autoras

Folleto propuesto detallando beneficios característicos de los productos agroecológicos.



**Ilustración 14:** Propuesta de folletos



**Elaborado por:** Las autoras

**Anexo 9:** Plan de medios

Proforma de medios de Comunicación				
Tarifas				
Spot	Rotativos	Informativos mañana y medio día	Informativos noche	Deportivos
30"	\$ 4,20	\$ 11,30	\$ 9,80	\$ 9,80
45"	\$ 5,25	\$ 13,90	\$ 12,15	\$ 12,15
60"	\$ 6,60	\$ 16,10	\$ 14,00	\$ 14,00
1. LOS PRECIOS DETALLADOS NO INCLUYEN IVA 2. LA PUBLICIDAD PUEDE DIFUNDIRSE DE LUNES A DOMINGO 3. SI EL CLIENTE ESCOGE EL HORARIO DE TRANSMISIÓN SE RECARGARÁ LA TARIFA DE UN 20%				



## Universidad de Cuenca

De acuerdo a la proforma de medios se propone spots publicitarios informativos en la mañana y mediodía de forma mensual, además se incluye precios en redes sociales.

Descripción	Tiempo	Cantidad	Precio	Total Mensual
Promoción de la feria (medio de comunicación local) spot publicitario de 45 segundos informativos de mañana y medio día.	semanal	\$ 4,00	\$ 15,57	\$ 62,28
Publicidad en Redes Sociales.	cada 10 días	\$ 3,00	\$ 20,00	\$ 60,00

### Anexo 10: Matriz de valoración del espacio.

**Tabla 38:** Valoración del espacio para la Feria Agroecológica de Cristo Rey

MATRIZ DE VALORACIÓN DEL ESPACIO PARA FERIA AGROECOLÓGICA					
Ámbito	Factores			Puntuación Asignada	Puntuación Obtenida
Características del Terreno (25 pts)	Características Físicas (10 pts)	Pendientes	0 - 10%	5	5
			11 - 20%	2	
			≥ 21 %	1	
		Vulnerabilidad a la inestabilidad o inundaciones	Alto	2	5
			Medio	4	
			Bajo	5	
	Disponibilidad de Servicios (5 pts)	Luz, agua, alcantarillado		5	5
		Luz, agua		3	
		Luz		1	
	Área Disponible (5 pts)	≥ 100 m2		5	5
		≤ 99 m2		3	
Accesibilidad (23 pts)	Vías de Comunicación (16 pts)	Tipo de vías	Expresa	1	7
			Arterial	3	
			Colectora	4	
			Local	7	
		Capa de rodadura	Asfalto o pavimento rígido	3	3
			Lastre	2	
			Tierra	1	
	# de Frentes a la vía (5 pts)	1 frente		2	5
		2 frentes		3	
		3 frentes		5	



# Universidad de Cuenca

		Estado	Bueno	3	3
			Regular	2	
			Malo	1	
		Nro de Vías de Acceso	1 vía	1	3
			2 vías	3	
		Transporte Público (3 pts)	Varias líneas		3
	Una línea		2		
	Ninguna		0		
	Sección de Vías (6 pts)	5 - 6 metros		2	6
		7 - 9 metros		4	
10 a 12 metros		6			
Uso de suelo y Características Ambientales (25 pts)	Uso de Suelo (15 pts)	Uso de terreno	Con uso en funcionamiento	1	3
			Con uso asignado	3	
			Sin uso asignado	5	
		Compatibilidad	Complementario	7	7
			Compatible	4	
			Incompatible	0	
		Grado de Consolidación radio ≤ 800 metros	Consolidada	3	2
			En proceso de consolidación	2	
			Vacante	1	
	Calidad Ambiental (10 pts)	Impactos ambientales por sus desechos sólidos y líquidos	Alto	1	5
			Medio	2	
			Bajo	5	
		Impactos ambientales al sector por ruido del equipamiento	Alto	1	5
			Medio	2	
			Bajo	5	
Potencialidad de Servicios y Tenencia (25 pts)	Población a servir (10 pts)	≥ 1500 hab.		3	10
		1501 hab a 3000 hab.		5	
		3001 hab a 4000 hab.		8	
		≤ 4000 hab.		10	
	Número de puestos (10 pts)	≤ 100 puestos		5	5
		≥ 100 puestos		10	
	Tenencia (pts)	Municipal		5	5
		Otra entidad Pública		3	
		No identificado		1	
TOTAL				100	92

Fuente y Elaboración: EDEC EP



## Anexo 11: Hoja de Ruta



**GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CUENCA**  
**DIRECCIÓN DE ÁREAS HISTÓRICAS Y PATRIMONIALES**

### DATOS DEL EVENTO

**Evento:** "FERIA AGROECOLOGICA DEL SECTOR CRISTO REY"

**Nombre y Apellidos del Promotor responsable:**

**Dirección Domicilio:**

**Cédula o RUC:**

**Correo electrónico:**

**Número de teléfono del Promotor Responsable:**

**Lugar del evento:** Cristo Rey.

**Fecha:** Todos los sábados del año.

**Hora inicio:** 08:00H

**Aforo:** 300 personas

**Validación del plan de contingencia:**

**Dirección de Gestión Riesgos Municipal -X-**

**Secretaría De Gestión de Riesgos -**

### REQUISITOS PARA AUTORIZACION DE ESPECTACULOS PUBLICOS, PREVIO A LA CONCESION DEL PERMISO DE PRESENTACION.

	<i>SI</i>	<i>Orden</i>
Solicitud al señor Director de Áreas Históricas y Patrimoniales pidiendo autorización para realizar el evento.	X	1
Copia del Registro Municipal Obligatorio		
Copia del Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del local		
Permiso de Cuerpo Bomberos para el evento.	X	1
Copia de la cedula de identidad, pasaporte o copia del RUC	X	1
Certificado de no adeudar al GAD Cuenca		
En caso de realizar eventos en parroquias, deberán presentar la autorización de la GAD Parroquial.		
Croquis del recorrido, para competencias atléticas, caminatas o pasadas en las vías a utilizar.		
Croquis y logística del evento. (Consta en el Plan de Contingencia en A4)	X	2
Para puestos dentro del evento, presentar requisitos adicionales:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• VENTA DE ALIMENTOS (EN CASO DE REALIZAR) <ul style="list-style-type: none"> <li>*Copia del certificado de Casa de salud Pública o Privada.</li> <li>*Copia de cedula a colores y certificado de votación</li> <li>*Pago de tasas</li> </ul> </li> <li>• VENTA DE ARTESANIAS Y OTROS <ul style="list-style-type: none"> <li>* Copia de cedula a colores y certificado de votación</li> <li>*Pago de tasas</li> </ul> </li> </ul>		
Baterías Sanitarias		





**VISTOS BUENOS DE LAS INSTITUCIONES ENCARGADAS DE VELAR POR EL ORDEN Y LA SEGURIDAD**

<b>REQUISITOS</b>	<b>SI</b>	<b>Orden</b>
Validación del Plan de contingencia por parte de la Dirección Municipal Gestión de Riesgos, Guardia Ciudadana y/o Policía Municipal y Comandancia de Policía del Azuay.	X	3
Tributación y Rentas Municipales		
Contrato de alquiler del local que incluya parqueadero vehicular		
Contratación de guardias de seguridad privada.		
Visto bueno EMAC EP		
Pago de la tasa de limpieza EMAC.	x	4
Oficio de conocimiento del evento, por parte de la Guardia Ciudadana – Policía Municipal, Cuerpo de Bomberos, EMOV	x	5
<b>Informe Dirección Tránsito Municipal por cierre vías, parqueo, etc.</b>		
<b>Oficio de respuesta de la policía nacional tema vigilante seguro</b>		
Informe técnico de ingenieros mecánicos (Universidades, Colegio de Ingenieros Mecánicos, Consultoras, etc.) (Cuando se vaya a instalar juegos mecánicos o circos).		
Contar con la autorización del GAD Cuenca para la publicidad del evento.		
Contar con documento respaldo de moradores y vecinos con la Dirección de Descentralización.		

**PRESENTAR EN LA SECRETARIA DE CONTROL URBANISTICO, COPIA DE CADA DOCUMENTO ANTES INDICADO.**

La documentación debe estar lista y completa por lo menos con Quince (15) días de anticipación a la realización del evento, caso contrario será clausurado. Si el caso amerita el GAD Cuenca se reserva la facultad de exigir el cumplimiento de otros requisitos.

<b>Depósito de garantía para el cumplimiento de las disposiciones emitidas en el presente formulario.</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
---	-----------	-----------

Para uso exclusivo del GAD Cuenca

<b>Entregado Por</b>	<b>Revisado Por</b>	<b>Autorizado Por</b>

**EL PERMISO OTORGADO POR EL GAD CUENCA, DEBERÁ PRESENTARSE EN LA INTENDENCIA DE POLICÍA PARA EL TRAMITE RESPECTIVO.**

**Dirección de Áreas Históricas:** Presidente Córdova 10-69, entre Padre Aguirre y General Torres Telf. 4134900- Ext. 2216). **Dirección Municipal de Gestión de Riesgos** Av. Remigio Tamariz y Remigio Romero (Edificio Gonzales) Tfno. 072888927- **EMAC:** Av. Solano entre Av. 12 de abril, (Edificio San Vicente de Paúl, tras el edificio del banco del pichincha. Telf. 139 ext. 822). **DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE RIESGOS DEL AZUAY:** Paseo Milchichig y Av. Gonzales Suarez (Sector los Eucaliptos, Telf. 4058141 4058142). **CONSEP:** Av. 10 de agosto 4-41 Telf. 4096090. **EMOV:** Julio Vinuesa y Vía a Misicata. **Guardia Ciudadana:** Portal del Río. **Dirección Municipal de Tránsito:** (Ventanilla única Bolívar y Borrero). **Ministerio de Relaciones Laborales:** Ordoñez Lasso Edificio Astudillo 766





Universidad de Cuenca

## **Anexo 12:** Formato para elaborar el plan de contingencias para eventos de concentración masiva de personas en espacios abiertos o cerrados



### **DATOS DEL EVENTO**

Nombre del evento:

Nombre del Local donde se realizara el evento:

Fecha del evento:

Nombre del Promotor Responsable:

Numero de Cedula:

Número de teléfono convencional y celular del Promotor Responsable:

Empresa Responsable de escenario:

N° Teléfono de la Empresa Responsable de escenario:

### **COMPROMISO**

Yo,) .....(dos Nombres y dos apellidos), con cédula de ciudadanía No....., en representación del evento ..... exhibo el presente Plan de Contingencia; y, conociendo la gravedad y las penas de perjurio, declaro bajo juramento que la información proporcionada en este documento es verídica y en caso de comprobarse falsedad en cualquiera de mis afirmaciones, me someto a las acciones legales correspondientes.

Autorizo de forma expresa la realización de inspecciones y comprobación de la información declarada o del cumplimiento de la normativa vigente y de las reglas técnicas pertinentes.

\_\_\_\_\_  
**Firma:**

**C.C.**



## PROGRAMAS Y DESCRIPCIÓN DEL EVENTO

Breve descripción del evento, artistas, partes del evento, tiempos, etc.

---

---

---

---

---

## CRONOGRAMA ACTIVIDADES

Detallar las Actividades a realizar (en base al punto N° 3), en donde debe incluirse el montaje del escenarios, pruebas de sonido y desmontaje.

ACTIVIDAD	FECHA	HORA INICIO	HORA FIN

## AFOROS Y TARIMA

Ubicación de la tarima:

SECTOR	AFORO TOTAL PERMITIDO	AFORO A UTILIZAR POR	CONTROL AFORO DÍA	RESPONSABLE DEL CONTROL
--------	-----------------------	----------------------	-------------------	-------------------------



## Universidad de Cuenca

	Información provista por el dueño de la infraestructura	VENTA	DEL EVENTO	
<b>TOTAL</b>				

☐ NO APLICA

### PLANES DE ACCIÓN

#### PLAN DE ACCIÓN ATENCIÓN PRE-HOSPITALARIA

Detallar el personal médico y paramédico que participará durante el evento, el personal deberá portar identificaciones y acreditaciones profesionales. De existir cambios estos deben ser dados a conocer antes del inicio del evento, caso contrario podrá ser motivo de suspensión de permisos.

6.1.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO		
TIPO	NOMBRES Y APELLIDOS	TELEFONOS
Coordinador APH designado por el Organizador		
Responsable Alternativo		

☐ NO APLICA

6.1.2 PLANIFICACIÓN OPERATIVA	
DESCRIPCIÓN	CANT.
Número de puestos de socorro:	
Ubicación de los puestos de Socorros	
Número de personas por puesto de Socorro	
Número de ambulancias APH (contratadas o solicitadas a Instituciones)	
Tipo de ambulancias	

☐ NO APLICA

Describir brevemente las acciones que tomaran en caso de un incidente.



Universidad de Cuenca  
**PLAN DE ACCIÓN CONTRA INCENDIOS**

6.2.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO		
TIPO	NOMBRES Y APELLIDOS	TELEFONOS
Coordinador Contra Incendios designado por el Organizador		
Responsable Alterno		

6.1.1 CHEQUEO DE RECURSOS EN LA FASE DE MONTAJE (INDICAR LA CADUCIDAD)					
EQUIPOS	PASILLOS	PUERTAS	ESCENARIO	OTROS	TOTAL
Rociadores					
Lámparas de emergencias					
Puertas de emergencias					
Gabinetes - bocas de incendios equipadas					
Detectores humo / temperatura					

☐ NO APLICA

6.1.2 EXTINTORES			
TIPO (PQS, CO2, ETC.)	CAPACIDAD	UBICACIÓN	CANTIDAD

☐ NO APLICA

Describir brevemente las acciones que tomaran en caso de un incidente.

### 6.3 PLAN DE ACCIÓN ANTIDELINCUENCIAL Y DE SEGURIDAD



## Universidad de Cuenca

Se indicaran el nombre de las personas que tendrán la responsabilidad de brindar seguridad, su identificación, sus ubicaciones y contactos

Nombre de la Empresa de Seguridad Contratada: .....

Número de Guardias Contratados: .....

Nombre del Representante legal de la Empresa de Seguridad: .....

Número de teléfono de la Empresa de Seguridad:.....

### 6.3.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO PARA LA SEGURIDAD

TIPO	NOMBRES Y APELLIDOS	TELEFONOS
Coordinador para Seguridad designado por Organizador		
Responsables Alternos		

### 6.3.2 PERSONAL DE SEGURIDAD DEL PROMOTOR O DUEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA

NOMBRE	UBICACIÓN	COBERTURA	CELULAR

☐ NO APLICA

Indicar brevemente las acciones que tomaran en caso de un evento delincriminal.

## PLAN DE ACCIÓN PARA LA EVACUACIÓN

Se indicarán el nombre de las personas que tendrán la responsabilidad de guiar un proceso de evacuación, como se encuentran identificados, sus ubicaciones y contactos.

### 6.4.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO PARA LA EVACUACION

TIPO	NOMBRES Y APELLIDOS	TELEFONOS
Coordinador para la Evacuación designado por el organizador		
Responsables Alternos		



<b>6.3.3 CUADRO DE RECURSOS PARA LA EVACUACIÓN FASE DE MONTAJE</b>			
<b>TIPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>NUMERO</b>	<b>UBICACION</b>
SIRENAS			
LUCES DE EMERGENCIA			
SEÑALETICA			
RUTAS IDENTIFICADAS			
PULSADORES			
MATERIAL DE INFORMACIÓN			
MEGAFONO			

☐ NO APLICA

<b>6.3.4 PERSONAL MONITORES DE EVACUACIÓN</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>COBERTURA</b>	<b>CELULAR</b>

☐ NO APLICA

Describir brevemente las acciones que tomaran en caso de evacuación así como indicar cuál será el punto de encuentro.

### **ANEXOS (CROQUIS DEL EVENTO EN FORMATO A4 O A3)**

Realizar un croquis del evento donde se evidencie Puesto de Socorro, ubicación de Ambulancias, Bomberos (Unidades, extintores y/o gabinetes contra incendios), Rutas de Escape, Sitios de Encuentro, Seguridad privada, Policía Nacional, Policía Municipal (guardia ciudadana)





Universidad de Cuenca

## Anexo 13: Formato de conocimiento del evento



Benalcázar N4-24 entre Espejo y Chile  
PBX 593-2 295-5666 295-0470  
www.ministeriodelinterior.gob.ec

### DIRECCIÓN DE CONTROL Y ORDEN PÚBLICO

#### SOLICITUD PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS

Intendencia General de Policía de la Provincia \_\_\_\_\_

Señor  
Intendente  
Ministerio del Interior  
Presente.-  
De mi consideración

Yo, \_\_\_\_\_ RUC: \_\_\_\_\_  
(Representante Legal)

RAZÓN SOCIAL:

\_\_\_\_\_

ACTIVIDAD: -

\_\_\_\_\_

Número de Contacto: \_\_\_\_\_ Correo electrónico:

\_\_\_\_\_

**Por el presente solicito a usted AUTORIZACIÓN para la Realización del Espectáculo denominado:**

\_\_\_\_\_

FICHA TÉCNICA:

Lugar:	Fecha:
Parroquia:	Hora:
Ciudad:	Duración:
Dirección:	Aforo de personas:

Atentamente

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL  
Lugar y Fecha de la solicitud.

Documentos anexos: \_\_\_\_\_

Silvia Andrea Villa Villa  
Valeria Azucena Zapatán Narvaéz



## Anexo 14: Formato de colaboración de eventos

Sr(a).

**Gerente de Control de Transporte Terrestre y Tránsito**

**Reciba un cordial saludo, a su vez me permito solicitar la colaboración de EMOV EP para el evento que se detalla a continuación: (Esta solicitud deberá ser llenada con letra clara y legible)**

NOMBRE DEL EVENTO:					
EN CASO DE VARIOS DÍAS DEL EVENTO	FECHA(S) DEL EVENTO (1)		HORA INICIO	HORA FINALIZACIÓN	
	FECHA(S) DEL EVENTO (2)		HORA INICIO	HORA FINALIZACIÓN	
	FECHA(S) DEL EVENTO (3)		HORA INICIO	HORA FINALIZACIÓN	
LUGAR DEL EVENTO (REFERENCIA)					
RESPONSABLE EVENTO:				CELULAR:	
EN CASO DE USO DE ESPACIO PÚBLICO O PRIVADO SIN USO Y/O CIERRE DE VÍAS DEBERÁ CONTAR CON:					
PLAN DE CONTINGENCIA:			SI	NO	EN TRÁMITE
EN CASO DE USO Y/O CIERRE DE VÍAS DEBERÁ CONTAR CON:					
AUTORIZACIÓN DE LA DIRECCIÓN MUNICIPAL DE TRÁNSITO			SI	NO	EN TRÁMITE
RECORRIDO EN CASO DE SER CARRERA, CARAVANA, CICLEADA, CAMINATA ENTRE OTROS QUE REQUIERAN USO DE VARIAS VÍAS.					

Por favor, lea con atención la siguiente declaración y fírmela únicamente si la comprende y acepta. Declaro que toda la información proporcionada a través de este formulario es verdadera y completa. Estoy consciente que este es un documento de solicitud y que cualquier declaración de información falsa, incorrecta, incompleta u omisa sobre el mismo podría anular la colaboración de EMOV en el evento.

Atentamente,

Firma:

Sr. (a.):

Cl.:

FUNCIONARIO DE LA	
FECH	FIRMA

e-mail:

## Anexo 15: Diseño encuesta a productores

[illegible]



8. ¿Qué tipo de problemas se presenta en los cultivos?

Plagas ☐ Lloviznas ☐ Sequias ☐ Heladas ☐ Otros: ☐

9. ¿Cuáles son los costos promedios que usted destina para el mantenimiento de sus cultivos?

	<b>Total</b>		<b>Total</b>
Abono		Alimentos/animales	
Mano de obra		Otros:	
Semillas			

¿Quiénes son sus proveedores?

10. ¿Dónde usted comercializa sus productos?

Ferias ☐ Domicilio ☐ Canasta comunitaria ☐ Otros: ☐

11. ¿Cuál es el gasto promedio en el que incurre al momento de acudir a la comercialización de sus productos?

Transporte		Embalaje	
Propio: <input type="checkbox"/>	Alquilado: <input type="checkbox"/>	Fundas	
G. Gasolina: <input type="text"/>	G. Flete: <input type="text"/>	Empaques	
Tiempo: <input type="text"/>	Tiempo: <input type="text"/>	Descartables	
		Gavetas	
		Otros:	

12. ¿Cuánto usted considera que pierde en dinero, por las unidades que se maltratan durante el traslado para la comercializadas?

13. ¿Qué elementos le gustaría que se implemente en la feria agroecología?

Seguridad ☐ Publicidad ☐ Mobiliario ☐ Otros: ☐  
Basureros ☐ Baños ☐ Electricidad ☐

14. De acuerdo a su percepción ¿Cuáles son los productos mayormente comercializados?

15. En un día normal de venta ¿Cuánto es su ingreso total?

16. Usted considera que al participar en canales cortos de comercialización, incrementaría sus ingresos

SI ☐ NO ☐ ¿Por qué?:



17. Actualmente usted tiene alguna forma de promocionar o dar a conocer sus productos. Si su respuesta es SI. Indique ¿Cuáles?

SI ☐ NO ☐ ¿Cuáles?:

18. Usted estaría dispuesto a vender sus productos bajo pedido?

SI ☐ NO ☐ ¿Por qué?:

19. De acuerdo a su experiencia usted considera que el nivel de producción es suficiente para cubrir una cuota predeterminada de pedidos los pedidos?

SI ☐ NO ☐ ¿Por qué?:

20. ¿Estaría usted dispuesto a consumir insumos ecológicos para la comercialización?

SI ☐ NO ☐ ¿Por qué?:

21. ¿Que tipo de campañas le gustaría a usted, para la difusión de la feria?

22. Estaría usted dispuesto a participar en charlas, talleres para brindar mayor

23. Usted considera que las Empresas Públicas deben realizar capacitaciones para fomentar la comercialización de este tipo de productos.

SI ☐ NO ☐ ¿Por qué?:

24. ¿Qué tipo de servicio o asesoría le gustaría que brinde las Empresas Públicas

Observaciones:

#### DATOS DEL ENCUESTADO

Nombre:

Correo:

Teléfono/Celular:

Fecha de afiliación a la RAA:

Gracias por su colaboración



## Anexo 16: Fortalecimiento de la producción agroecológica

**Tabla 39:** Fortalecimiento de producción

Nº de Carpa	Asociación	Abono	Semillas	Alimentos de animales	Total	Mano de obra
<b>Carpa 1</b>	Hermano Miguel	\$15,00	-	-	\$15,00	-
	Mushuk Pakarina	-	-	-	-	-
<b>Carpa 2</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	-	-	-	-	\$110,00
<b>Carpa 3</b>	Hermano Miguel	-	\$1,50	-	\$1,50	-
<b>Carpa 4</b>	Tesoro	-	-	\$60,00	\$60,00	\$60,00
	Kallpa Warmi	-	\$4,00	-	\$4,00	\$180,00
<b>Carpa 5</b>	Remigio Crespo As. Productores	-	\$14,00	-	\$14,00	-
	Jatari Warmi	-	\$12,00	\$100,00	\$112,00	-
<b>Carpa 6</b>	Mushuk Pakarina	\$1,50	\$56,00	-	\$57,50	-
<b>Carpa 7</b>	ALLPA-CRUZ	-	-	-	-	-
	San Juan Bautista de Nabón	-	-	-	-	\$32,00
<b>Carpa 8</b>	Bayan	\$14,00	-	-	\$14,00	\$15,00
<b>Carpa 9</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	-	-	-	-	\$60,00
<b>Carpa 10</b>	Comuna Illapamba	\$50,00	-	-	\$50,00	-
<b>Carpa 11</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	-	-	-	-	\$110,00
<b>Carpa 12</b>	Red de Mujeres de San Miguel de Rañas	-	-	-	-	\$50,00
<b>Carpa 13</b>	Pequeños Agroproductores de Santa Ana	-	-	\$25,00	\$25,00	-
	Valle del Malguay	-	\$10,00	-	\$10,00	-
	Sumak Sigsa	-	-	-	-	\$20,00
	Red de productores orgánicos de Santa Ana	\$10,00	-	\$18,00	\$28,00	-
<b>Carpa 14</b>	Sol Naciente	-	\$12,00	\$10,00	\$22,00	-
	Sol Naciente	-	-	-	-	\$60,00
<b>Carpa 15</b>	Wayunkita	-	\$16,00	-	\$16,00	-
<b>Carpa 16</b>	Jatari Warmi	-	-	-	-	-
<b>Total</b>		\$90,50	\$125,50	\$213,00	\$429,00	\$697,00
<b>Promedio</b>		\$18,10	\$15,69	\$42,60	\$76,39	\$69,70
<b>Total Anual</b>		\$217,20	\$188,25	\$511,20	\$916,65	\$836,40

Elaborado por: Las autoras



## Anexo 17: Costos mensuales por asociación

**Tabla 40:** Estimación de costos

Costos por Asociación		Transporte por día de feria	Transporte Mensual	Transporte Anual	Costo de embalaje mensual	Costo de embalaje Anual	Otros Mesual	Otros Anual
<b>Carpa 1</b>	Hermano Miguel	\$12,00	\$ 48,00	\$ 576,00		\$ 0,00		\$ 0,00
	Mushuk Pakarina	\$20,00	\$ 80,00	\$ 960,00	\$7,00	\$ 84,00	\$34,00	\$ 408,00
<b>Carpa 2</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	\$6,00	\$ 24,00	\$ 288,00	\$6,00	\$ 72,00		\$ 0,00
<b>Carpa 3</b>	Hermano Miguel	\$5,50	\$ 22,00	\$ 264,00	\$1,10	\$ 13,20		\$ 0,00
<b>Carpa 4</b>	Tesoro	\$20,00	\$ 80,00	\$ 960,00		\$ 0,00		\$ 0,00
	Karpi Warmi	\$10,00	\$ 40,00	\$ 480,00	\$2,50	\$ 30,00		\$ 0,00
<b>Carpa 5</b>	Remigio Crespo As. Productores	\$11,50	\$ 46,00	\$ 552,00	\$2,50	\$ 30,00		\$ 0,00
	Jatari Warmi	\$12,00	\$ 48,00	\$ 576,00	\$3,00	\$ 36,00		\$ 0,00
<b>Carpa 6</b>	Mushuk Pakarina	\$6,00	\$ 24,00	\$ 288,00	\$1,20	\$ 14,40		\$ 0,00
<b>Carpa 7</b>	ALLPA-CRUZ	\$6,60	\$ 26,40	\$ 316,80	\$2,00	\$ 24,00		\$ 0,00
	San Juan Bautista de Nabón	\$5,00	\$ 20,00	\$ 240,00		\$ 0,00		\$ 0,00
<b>Carpa 8</b>	Bayán	\$15,00	\$ 60,00	\$ 720,00		\$ 0,00		\$ 0,00
<b>Carpa 9</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	\$11,00	\$ 44,00	\$ 528,00	\$1,50	\$ 18,00		\$ 0,00
<b>Carpa 10</b>	Comuna Illapamba	\$5,00	\$ 20,00	\$ 240,00	\$5,00	\$ 60,00		\$ 0,00
<b>Carpa 11</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	\$21,50	\$ 86,00	\$ 1.032,00	\$4,60	\$ 55,20		\$ 0,00
<b>Carpa 12</b>	Red de Mujeres de San Miguel de Rañas	\$8,00	\$ 32,00	\$ 384,00	\$2,00	\$ 24,00		\$ 0,00
<b>Carpa 13</b>	Pequeños Agroproductores de Santa Ana	\$2,60	\$ 10,40	\$ 124,80		\$ 0,00		\$ 0,00
	Valle del Malguay	\$2,00	\$ 8,00	\$ 96,00		\$ 0,00		\$ 0,00
	Sumak Sigsa	\$3,00	\$ 12,00	\$ 144,00	\$10,00	\$ 120,00	\$6,00	\$ 72,00
	Red de productores orgánicos de Santa Ana	\$3,70	\$ 14,80	\$ 177,60	\$1,00	\$ 12,00		\$ 0,00
<b>Carpa 14</b>	Sol Naciente	\$4,00	\$ 16,00	\$ 192,00	\$1,00	\$ 12,00		\$ 0,00
	Sol Naciente	\$7,00	\$ 28,00	\$ 336,00		\$ 0,00	\$20,00	\$ 240,00
<b>Carpa 15</b>	Wayunkita	\$5,00	\$ 20,00	\$ 240,00		\$ 0,00		\$ 0,00
<b>Carpa 16</b>	Jatari Warmi	\$2,00	\$ 8,00	\$ 96,00	\$2,00	\$ 24,00		\$ 0,00
<b>Total</b>		\$204,40	\$ 817,60	\$ 9.811,20	\$52,40	\$ 628,80	\$60,00	\$ 720,00

Elaborado por: Las autoras



## Anexo 18: Ingresos mensuales y anuales

Los ingresos establecidos a continuación fueron obtenidos mediante las encuestas aplicadas a productores

**Tabla 41: Estimación de ingresos**

Descripción		Ingreso por día de feria	Ingreso Total carpa	Ingreso mensual carpa	Ingreso Anual carpa
<b>Carpa 1</b>	Hermano Miguel	\$40,00	\$80,00	\$320,00	\$3.840,00
	Mushuk Pakarina	\$40,00			
<b>Carpa 2</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	\$30,00	\$30,00	\$120,00	\$1.440,00
<b>Carpa 3</b>	Hermano Miguel	\$8,00	\$8,00	\$32,00	\$384,00
<b>Carpa 4</b>	Tesoro	\$50,00	\$65,00	\$260,00	\$3.120,00
	Kallpa Warmi	\$15,00			
<b>Carpa 5</b>	Asociación Productores Remigio Crespo	\$15,00	\$55,00	\$220,00	\$2.640,00
	Jatari Warmi	\$40,00			
<b>Carpa 6</b>	Mushuk Pakarina	\$20,00	\$20,00	\$80,00	\$960,00
<b>Carpa 7</b>	ALLPA-CRUZ	\$20,00	\$50,00	\$200,00	\$2.400,00
	San Juan Bautista de Nabón	\$30,00			
<b>Carpa 8</b>	Bayan	\$15,00	\$15,00	\$60,00	\$720,00
<b>Carpa 9</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	\$18,00	\$18,00	\$72,00	\$864,00
<b>Carpa 10</b>	Comuna Illapamba	\$30,00	\$30,00	\$120,00	\$1.440,00
<b>Carpa 11</b>	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo	\$50,00	\$50,00	\$200,00	\$2.400,00
<b>Carpa 12</b>	Red de Mujeres de San Miguel de Rañas	\$60,00	\$60,00	\$240,00	\$2.880,00
<b>Carpa 13</b>	Pequeños Agroproductores de Santa Ana	\$7,00	\$84,00	\$336,00	\$4.032,00
	Valle del Malguay	\$15,00			
	Sumak Sigsa	\$37,00			
	Red de productores orgánicos de San Ana	\$25,00			
<b>Carpa 14</b>	Sol Naciente	\$30,00	\$60,00	\$240,00	\$2.880,00
	Sol Naciente	\$30,00			
<b>Carpa 15</b>	Wayunkita	\$30,00	\$30,00	\$120,00	\$1.440,00
<b>Carpa 16</b>	Jatari Warmi	\$20,00	\$20,00	\$80,00	\$960,00
<b>Total</b>		\$675,00	\$675,00	\$2.700,00	\$32.400,00

Elaborado por: Las autoras





## Anexo 19: Estimaciones para la proyección del flujo

Para la proyección del flujo de caja se utilizó como ejercicio para el calculo proyecciones de la población para 5 años, además para los costos se determino la proyección de la inflación como se detalla en la siguiente tabla.

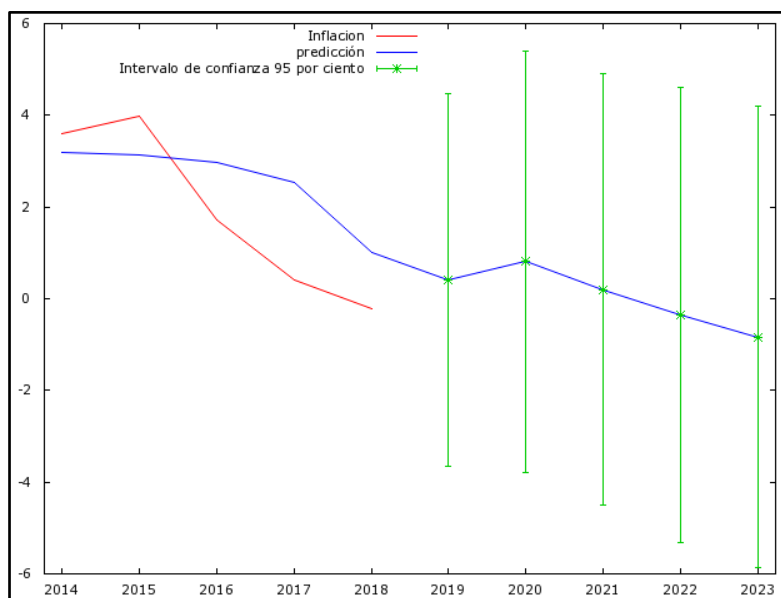
**Tabla 42:** Tasa de crecimiento poblacional e inflación

Año	TCP	Inflación
2019		0,41%
2020	1,79%	0,81%
2021	1,75%	0,20%
2022	1,72%	-0,35%
2023	1,68%	-0,84%

**Elaborado por:** Las autoras

Los datos obtenidos para el crecimiento poblacional se obtuvieron de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) mientras que para la proyección de la tasa de inflación se realizó una proyección mediante datos históricos y la aplicación del software de análisis econométrico Gretl con el modelo de series temporales de ARIMA, seguidamente se muestran los resultados:

**Gráfico 53:** Estimación de la inflación en Gretl



**Elaborado por:** Las autoras

**Anexo 20:** Tipo de producto o servicio de cada asociación

**Tabla 43:** Productos y servicios por asociación

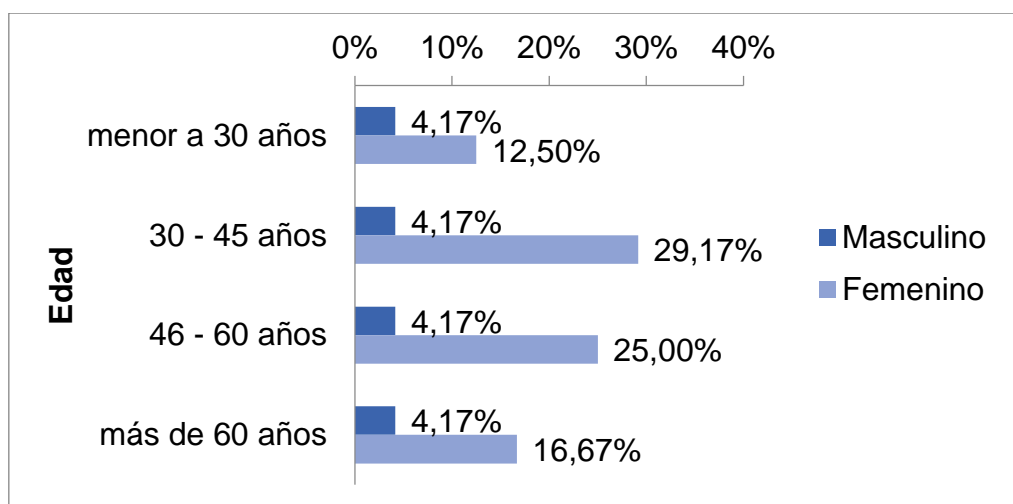
Nº	Asociación / Organización		Productos / Servicios	Nº de participantes
1	Hermano Miguel		Comida Típica	2
2	Mushuk Pakarina		Comida Típica, Hortalizas, Verduras, Frutas, Lácteos	2
3	Organizaciones de productores de la Zona Costera de Molleturo		Comida Típica, Frutas, Hortalizas, Verduras	3
4	Tesoro		Frutas	1
5	Kallpa Warmi		Hortalizas, Verduras	1
6	Asociación Productores Remigio Crespo		Hortalizas, Verduras, Granos	1
7	Jatari Warmi		Hortalizas, Verduras, Cárnicos, Lácteos, Medicina Ancestral	2
8	ALLPA-CRUZ		Hortalizas, Verduras	1
9	San Juan Bautista de Nabón		Hortalizas, Verduras	1
10	Comuna Illapamba		Hortalizas, Verduras, Frutas, Cárnicos	1
11	Red de Mujeres de San Miguel de Rañas		Hortalizas, Verduras, Granos, Cárnicos	1
12	Tierra Floreciente	Pequeños Agroproductores de Santa Ana	Hortalizas, Verduras, Cárnicos	1
13		Valle del Malguay	Cárnicos	1
14		Sumak Sigsa	Lácteos	1
15		Red de productores orgánicos de Santa Ana	Frutas, Lácteos, Cárnicos	1
16	Sol Naciente		Hortalizas, Verduras, Lácteos, Cárnicos	2
17	Wayunkita		Hortalizas, Verduras	1
18	Bayán		Hortalizas, Verduras, Frutas	1

**Elaborado por:** Las autoras

## Anexo 21: Tabulación de encuesta a productores

### 1. Perfil de los encuestados

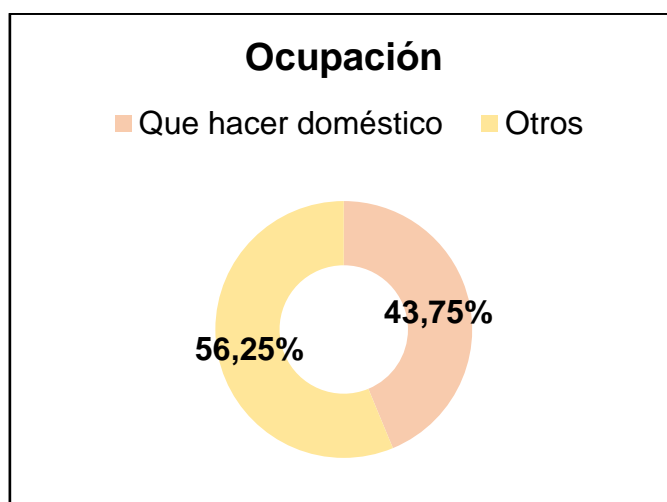
**Gráfico 54:** Perfil de productores



**Elaborado por:** Las autoras

Se aplicó 24 encuestas a los representantes de las asociaciones de la Feria Agroecológica de Cristo Rey, como resultado se obtiene que los participantes en su mayoría son de género femenino 83,32% y existe baja participación de género masculino con el 16,68%. Además las edades predominantes están entre los 30 y 45 años, a la vez existe un porcentaje considerable de participantes que tienen entre 46 y 60 años. En relación a la ocupación diferente a la producción agroecológica, el 56,25% de respuestas fueron que se dedican a que hacer doméstico y el 43,75% pertenece a la respuesta otros en el cual se incluye ocupaciones vinculados a las artesanías.

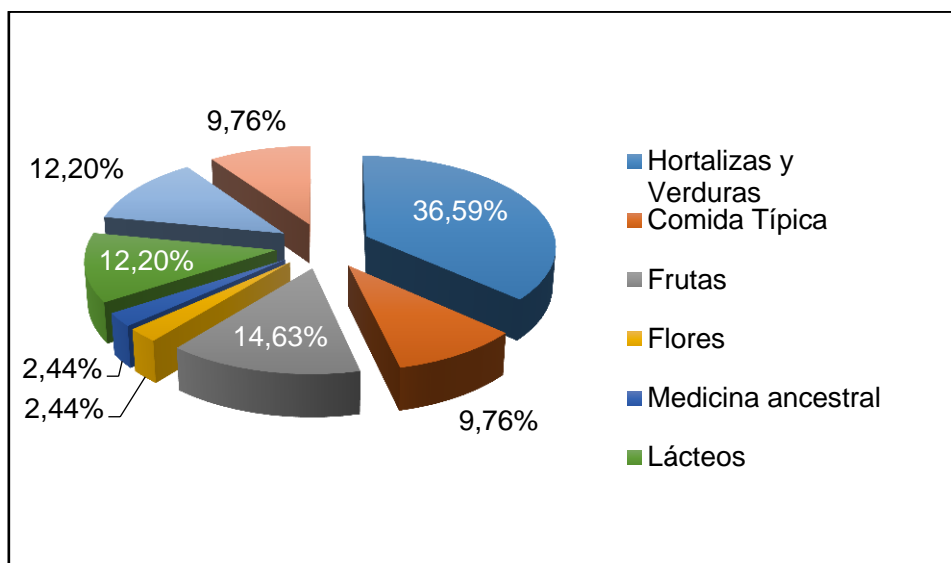
**Gráfico 55:** Ocupación de productores



Elaborado por: Las autoras

## 2. ¿Qué tipo de productos usted comercializa?

**Gráfico 56:** Productos comercializados

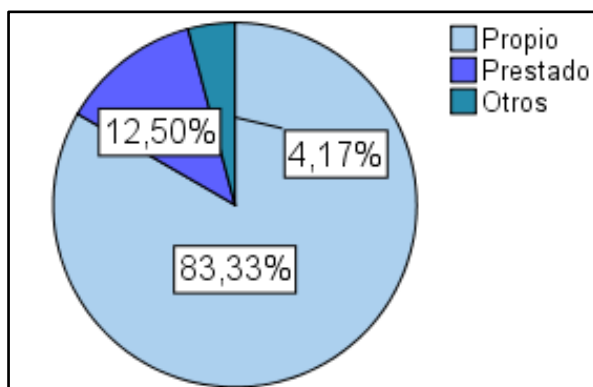


Elaborado por: Las autoras

Con la encuesta realizada a los productores agroecológicos, se observa que la mayor parte de ellos comercializan productos tales como hortalizas y verduras con un porcentaje de 36,59%.

#### 4. El terreno en donde usted cultiva sus productos es:

**Gráfico 57:** Terrenos de productores

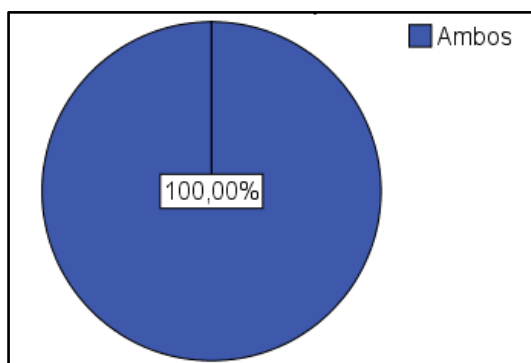


**Elaborado por:** Las autoras

El 83,33 % de productores agroecológicos participantes en la feria, cuenta con terreno propio para sus cultivos, el 12,50% es prestado y 4,17% este último hace referencia a cultivos de asociaciones y brindados por el estado.

#### 5. Los productos cosechados están destinados para:

**Gráfico 58:** Destino de la producción

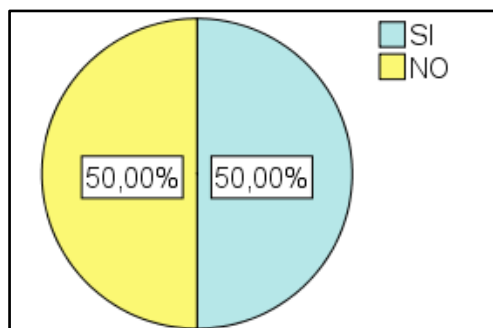


**Elaborado por:** Las autoras

El 100% de los productores destinan sus productos tanto para el consumo propio como para la venta, esto es en favor de la soberanía alimentaria, el excedente de la producción es destinado para la comercialización.

**7. Actualmente sus cultivos cuentan con algún tipo de infraestructura, si su respuesta es positiva. ¿Indique cuál es, cuánto le costó y hace cuánto tiempo lo tiene?**

**Gráfico 59: Infraestructura en los cultivos**

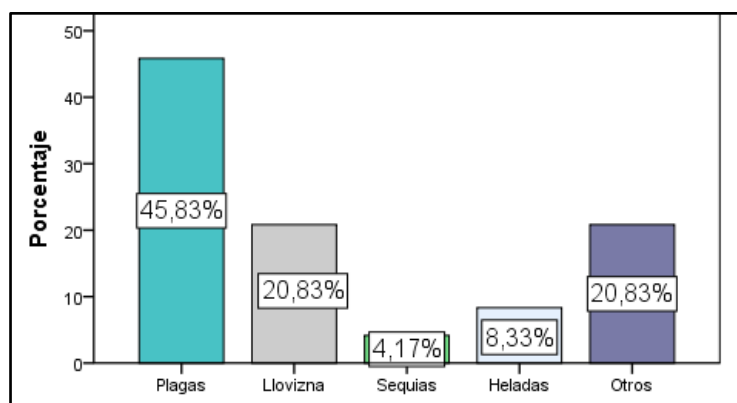


**Elaborado por:** Las autoras

El 50% de los productores cuentan con algún tipo de infraestructura para proteger sus cultivos, mientras que el otro 50% mantienen sus huertos al aire libre.

**8. ¿Qué tipo de problemas se presentan en sus cultivos?**

**Gráfico 60: Percepción de problemas**

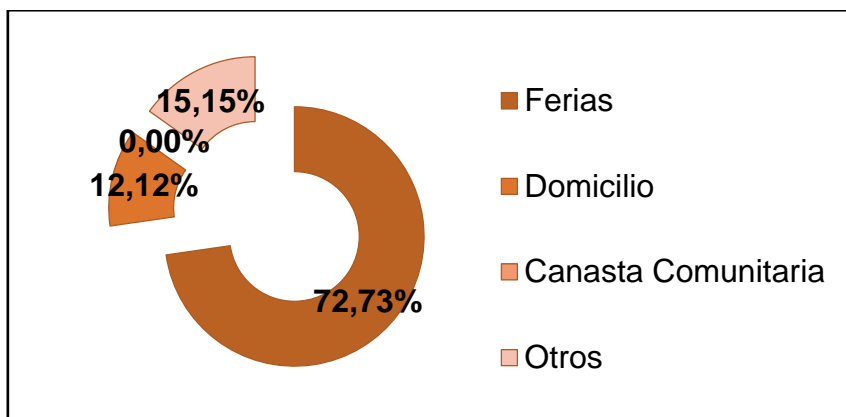


**Elaborado por:** Las autoras

El 46% de los productores encuestados, mencionaron que están propensos a plagas en sus cultivos, además el 21% tiene problemas de lloviznas lo que conlleva a que sus sembríos salgan perjudicados.

## 10. ¿Dónde usted comercializa sus productos?

**Gráfico 61:** Lugar de comercialización de productores

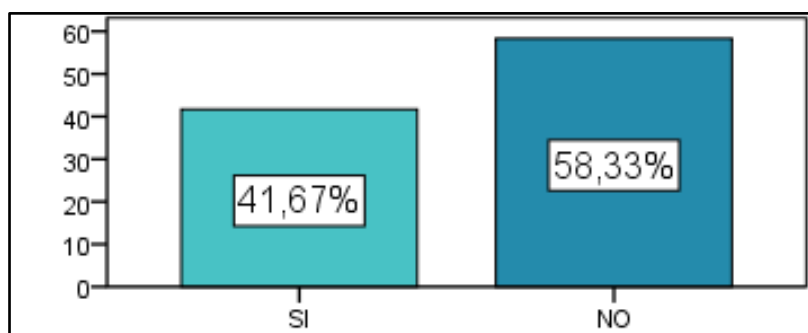


Elaborado por: Las autoras

El 72,73% de los productores encuestados comercializa sus productos únicamente en la ferias agroecológicas, asimismo el 15,15% realiza sus ventas fuera de mercados locales como vendedoras ambulantes.

## 12. ¿Cuánto usted considera pierde en dinero, por las unidades que se maltratan durante el traslado para la comercialización?

**Gráfico 62:** Percepción de pérdidas

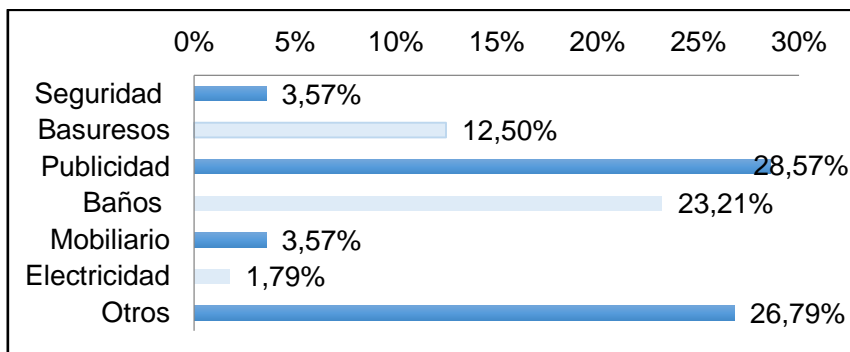


Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a las respuestas obtenidas el 41,67% de los participantes en la feria consideran que se maltrata sus productos durante el trayecto a la comercialización lo que representa una pérdida monetaria para los mismos.

### 13. ¿Qué elementos le gustaría que se implemente en la feria agroecología?

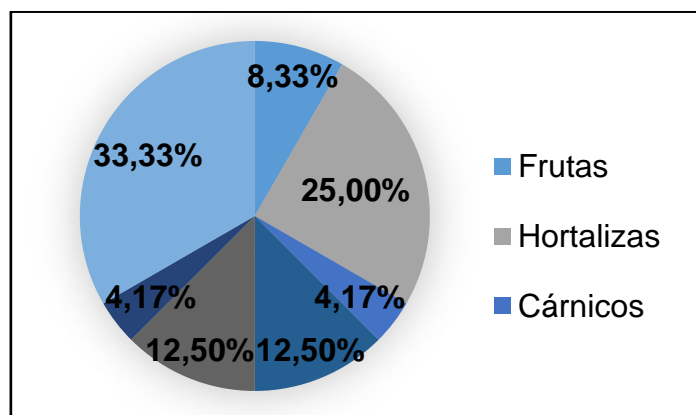
**Gráfico 63:** Elementos de la feria



Entre los elementos que a los productores les gustaría que se implemente en la feria agroecológica, es la publicidad, ya que el 29% de ellos mencionaron que es necesario que dar a conocer a la feria a través de hojas volantes, banners, trípticos, etc., con el objetivo de incentivar a la asistencia a la misma.

### 14. De acuerdo a su percepción ¿cuáles son los productos mayormente comercializados?

**Gráfico 64:** Productos mayormente comercializados



**Elaborado por:** Las autoras

Con base en las respuestas obtenidas las hortalizas son los productos mayores comercializados destacando entre estas la zanahoria, entre las frutas la fresa es la que predomina en ventas. En relación a lácteos y cárnicos sobresalen el queso fresco y pollo respectivamente, mientras que para medicina ancestral el servicio más solicitado son los masajes y limpieas. Las tortillas de trigo y platillos



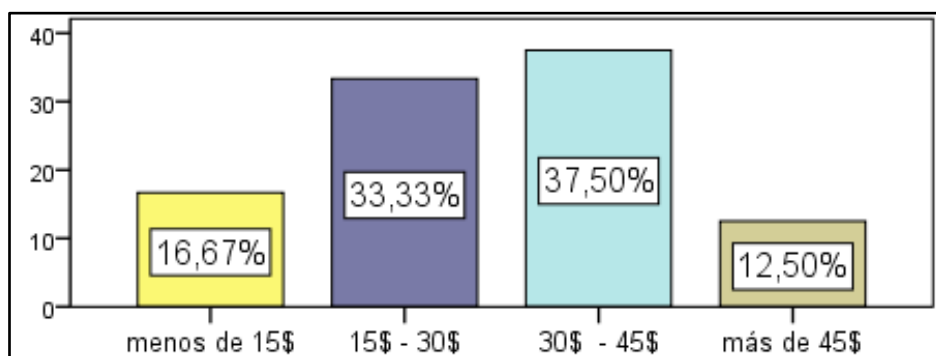


Universidad de Cuenca

elaborados de verde es lo más representativo entre la comida típica. Adicionalmente es necesario establecer que el 33,33% de los encuestados respondieron que todos los productos se venden de igual forma.

**15. En un día normal de venta ¿Cuánto es su ingreso total?**

**Gráfico 65:** Ingresos productores

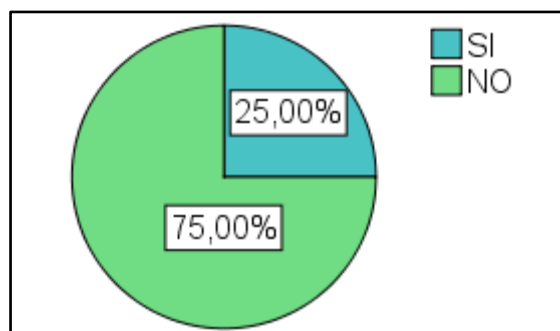


**Elaborado por:** Las autoras

Con la encuesta realizada a los productores se puede observar que el 37,50% de ellos percibe un ingreso entre 30 y 45 dólares, y solo el 12,50% percibe un ingreso mayor a 45 dólares.

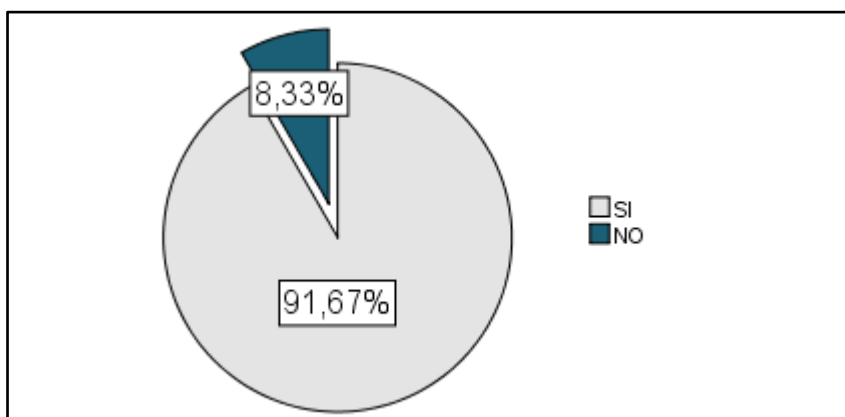
**17. Actualmente usted tiene alguna forma de promocionar o dar a conocer sus productos. Si su respuesta es SI. Indique ¿Cuáles?**

**Gráfico 66:** Promoción de productos

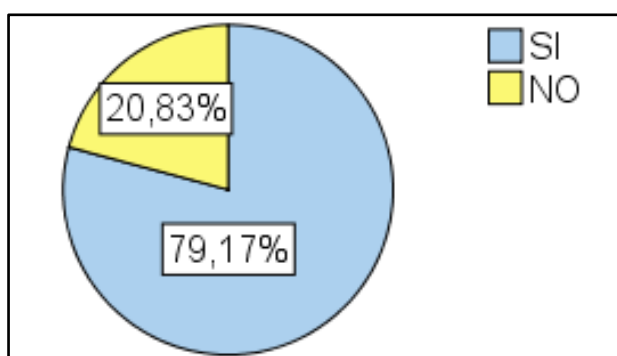


**Elaborado por:** Las autoras

El 75% de los productores comentaron que no disponen de una forma para dar a conocer sus productos, por lo que solo el 25% lo realiza mediante boca a boca.

**18. ¿Usted estaría dispuesto a vender sus productos bajo pedido?****Gráfico 67: Venta bajo pedido****Elaborado por:** Las autoras

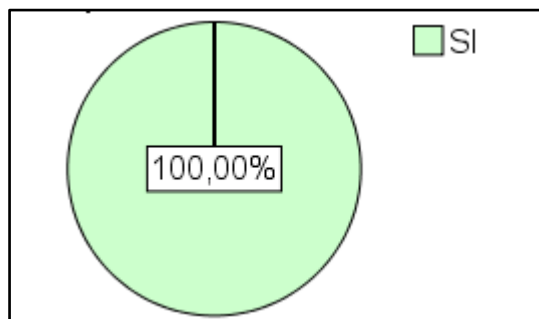
El 91,67% respondieron que sí estarían dispuestos a vender bajo pedido, en este punto vale la pena aclarar que varios respondieron afirmativamente estableciendo condiciones, como lo es mediante asociación con otros feriantes y la garantía de del convenio.

**19. ¿De acuerdo a su experiencia usted considera que el nivel de producción es suficiente para cubrir una cuota predeterminada de pedidos los pedidos?****Gráfico 68: Nivel de producción para pedidos****Elaborado por:** Las autoras

El 79,17% considera que mediante su experiencia su producción podría cubrir una cuota predeterminada de pedido, y solo el 20,83% no podría cubrir pedidos ya que disponen de pequeños huertos los cuales no podrían abastecer dichos pedidos.

## 20. ¿Estaría usted dispuesto a consumir insumos ecológicos para la comercialización?

**Gráfico 69:** Aceptación de insumos ecológicos

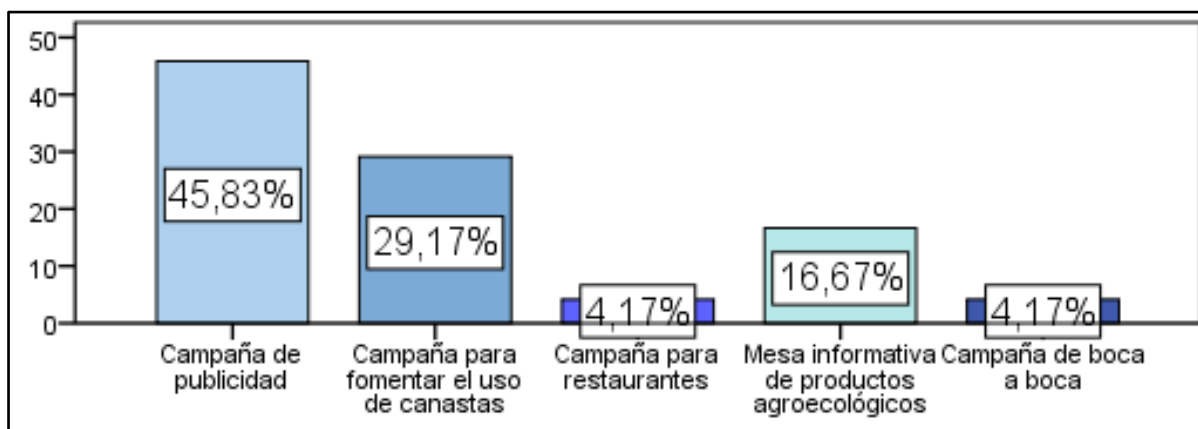


**Elaborado por:** Las autoras

El 100% de los encuestados estarían dispuestos a utilizar insumos ecológicos en la comercialización de productos, cabe destacar que la inclinación a esta disposición dependerá de que la misma no afecte significativamente en un aumento en los costos, aunque es importante señalar que los participantes de la feria en cumplimiento con los principios de agroecología reutilizan fundas en favor de disminuir el consumo de plástico.

## 21. ¿Qué tipo de campañas le gustaría a usted, para la difusión de la feria?

**Gráfico 70:** Campañas para difusión de la feria



**Elaborado por:** Las autoras

El 45,83% de los encuestados considera que se deberían hacer campañas publicitarias para la difusión de la feria, también mencionaron que debería

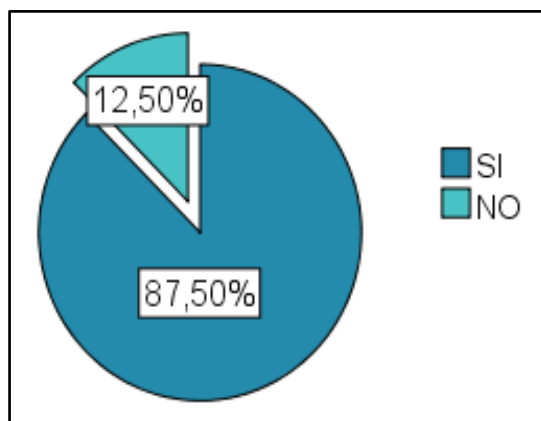


Universidad de Cuenca

realizar campañas para fomentar el uso de canastas al momento de acudir a la feria, con esto se busca disminuir el uso de fundas plásticas que son nocivas para el medio ambiente.

**22. Estaría usted dispuesto a participar en charlas, talleres para brindar mayor información sobre la producción agroecológica.**

**Gráfico 71:** Nivel de participación en difusión de producción agroecológica

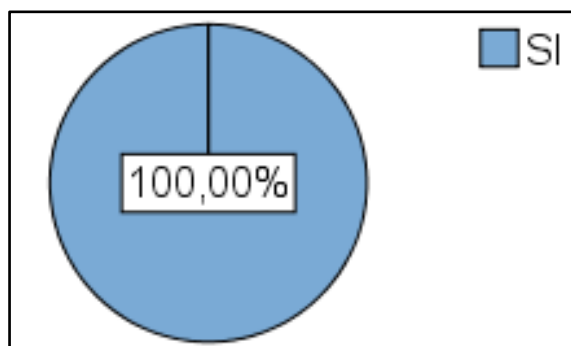


**Elaborado por:** Las autoras

El 87,50% de los encuestados comentaron que estaría dispuesto en participar en talleres y charlas con el fin de difundir la producción agroecológica, además de dar a conocer los beneficios de esta y la defensa de la soberanía alimentaria.

**23. Usted considera que las empresas públicas deben realizar capacitaciones para fomentar la comercialización de este tipo de productos.**

**Gráfico 72:** Capacitación para fomentar la comercialización



**Elaborado por:** Las autoras

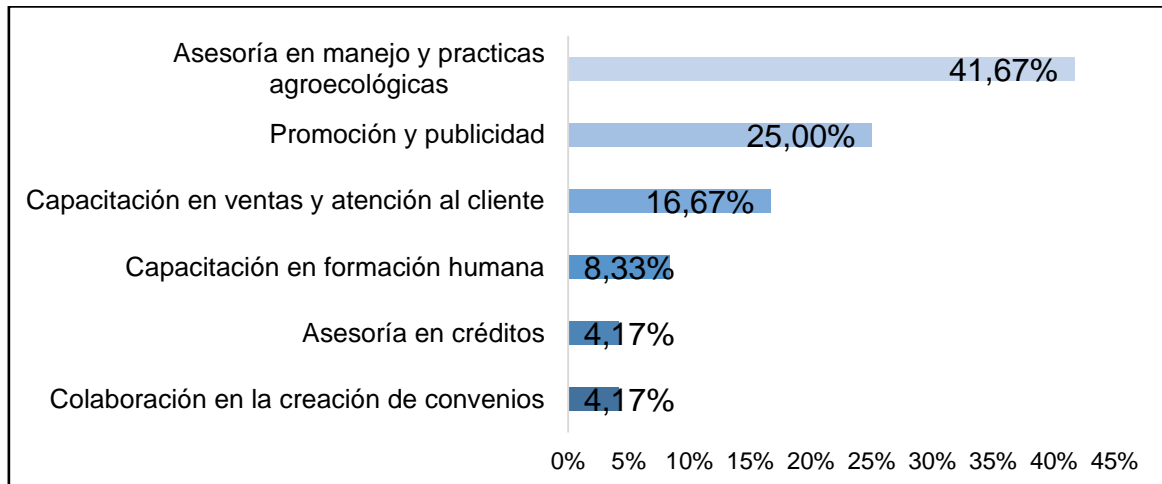


## Universidad de Cuenca

El 100% de los encuestados consideran que las Empresa públicas debería realizar capacitaciones para incentivar la comercialización de los productos agroecológicos.

### 24. ¿Qué tipo de servicio o asesoría le gustaría que brinde las Empresas Públicas?

**Gráfico 73:** Servicios y asesorías por parte de empresas públicas



**Elaborado por:** Las autoras

La asesoría en manejo y prácticas agroecológica prevalece entre los servicios que los participantes en la feria desearían en favor de impulsar y mejorar la producción agroecológica, además de considerar un factor importante la promoción y publicidad de la misma.



## **Anexo 22: Entrevista a coordinadora de la Red Agroecológica del Austro**

**Fecha:** 12 de Febrero 2019

### **¿Qué es la RAA?**

La Red Agroecológica del Austro está conformada por diferentes organizaciones que tiene una misma actividad la cual es la agroecología, dicha red tiene 5 ejes:

1. Capacitación.
2. Producción.
3. Comercialización.
4. Sistema participativo de garantías.
5. Incidencia en políticas públicas.

### **¿Qué es el Sistema Participativo de Garantías?**

El SPG consiste en experiencias y aspectos de otras organizaciones principalmente del Movimiento Sin Tierra del Brasil (MST), enfocado sobre todo en los productos agroecológicos que comercializan con la iniciativa del SPG. En donde es la organización quien cumple la función de garantizar si un productor/a falla en la producción.

### **¿Desde cuándo nace la RAA?**

La Red Agroecológica inicia en el año 2005.

### **¿Cómo se accede a la RAA?**

#### **Requisitos para formar parte de la RAA**

Para ser parte de la RAA se necesita lo siguiente:

- Ser productor/a agroecológico
- Pertenecer a una familia de productores agroecológicos.
- Formar parte de una organización la misma que avale y garantice.

Esta organización debe formar parte del comité de agroecología en el cantón.

#### **Proceso de carnetización**

El proceso fue avalado por múltiples instituciones pero la construcción y los dueños son las organizaciones. Esto se fundamenta en las normas básicas de Agroecología las cuales consistente básicamente en:





## Universidad de Cuenca

- Cultivo del suelo
- Utilización de los Abonos
- Qué clase de fungicidas se pueden utilizar

Estas normas permiten aplicar una ficha de calificación, que está construida base a 5 subsistemas, cada subsistema tiene su puntaje hasta sumar 100, en donde de acuerdo al puntaje obtenido se puede obtener el carnet como productor/a agroecológica, en transición y como productor convencional. La visita para la carnetización se la realiza cada 2 años, además de que se realizan visitas esporádicas con el fin de controlar que no existan inconvenientes en la producción agroecológica. Dichas visitas se realizan en compañía de un promotor quien cumple la función de revisar los cultivos. Además es importante señalar que cada productor realiza una aportación de 15 dólares para gastos de carnet y ficha.

### **Subsistemas**

#### **Agua**







### **Cultivos**





## Animales



## Agroforestería





## Anexo 23: Ficha de calificación de fincas agroecológicas

DIMENSION	SUB CATEGORIA	PUNTAJE
1. ASPECTOS GENERALES	La finca dispone de plan de manejo	No tiene puntaje
	Area de producción	No tiene puntaje
	Trabajo familiar	No tiene puntaje
	Tipo de finca	No tiene puntaje
2. NORMAS PARA EL MANEJO DE SUELOS DE LA FINCA	Tipo de relieve de la finca	No tiene puntaje
	Obras de conservación de suelos	2 puntos
	Preparación del suelo	2 puntos
	Manejo de fertilidad de los suelos	10 puntos
	Manejo de rastrojos	1 punto
	<b>Total:</b>	<b>15 puntos</b>
3. MANEJO DE CULTIVOS	Tipos de sistemas de cultivos en la finca	5 puntos
	Recuperación de semillas nativas	3 puntos
	Existe asociación en los sistemas de cultivos	1 punto
	Realiza rotación de cultivos	1 punto
	Selección y mejoramiento de semillas	2 puntos
	Donde obtiene la semilla	2 puntos
	Tiene huerto hortícola para autoconsumo	1 punto
	Cuales	1 punto
	Tiene plantas medicinales	1 punto
	Organización y optimización de espacios	2 puntos
	Plantas o huerto de frutales (mayores)	1 punto
	Plantas o huerto de frutales (menores)	1 punto
	Manejo de plagas y enfermedades en los cultivos	3 puntos
	<b>Total:</b>	<b>24 puntos</b>
4. NORMAS PARA EL MANEJO DEL AGUA	Infraestructura construida para almacenamiento y distribución.	2 puntos
	Infraestructura de riego	5 puntos
	Calidad	3 puntos
	<b>Total:</b>	<b>10 puntos</b>



## Universidad de Cuenca

5. MANEJO FORESTAL	Tiene arboles y/o arbustos dentro de la finca	4 puntos
	Como están sembrados	4 puntos
	Plantas forestales en los ultimo 5 años	2 puntos
	<b>Total:</b>	<b>10 puntos</b>
6. MANEJO DE ANIMALES	Animales de la finca	2 puntos
	Abejas	2 puntos
	Tipos de alimentos para los animales	1 punto
	Como abona	2 puntos
	Manejo	2 puntos
	Tipo de manejo de los animales en la finca	3 puntos
	Manejo sanitario de animales	2 puntos
	<b>Total:</b>	<b>14 puntos</b>
7. AMBIENTE	Plásticos, vidrios, cauchos, latas	5 puntos
	Presencia de materiales contaminantes	5 puntos
	<b>Total:</b>	<b>10 puntos</b>
8. COMERCIALIZACION Y POSCOSECHA	MANEJO DE POSCOSECHA, HORTALIZAS, ANIMALES FAENADOS	5 puntos
	RELIZA SELECCION Y CLASIFICACION DE COSECHAS Y HIGIENE	2 puntos
	<b>Total:</b>	<b>7 puntos</b>
9. CAPACITACION	Capacitación en técnicas agroecológicas	5 puntos
	Certificado emitido por institución RAA	5 puntos
	<b>Total:</b>	<b>10 puntos</b>
<b>Total:</b>		<b>100 puntos</b>

**Fuente:** Sistematización de la experiencia de la construcción e implementación del sistema participativo de garantía SPG de la Red Agroecológica del Austro.





Universidad de Cuenca

## Anexo 24: Fotos de la Feria Agroecológica de Cristo Rey





## **PROTOCOLO**

### **Pertinencia académico-científica y social**

#### **Académico**

El estudio del desarrollo y establecimiento de una feria agroecológica permitirá integrar la teoría con la práctica en diferentes áreas del conocimiento, para un desarrollo apropiado del trabajo de investigación, pues permitirá aplicar teorías y técnicas aprendidas durante la carrera de Administración de Empresas. Este proyecto permitirá involucrar temas que se enmarcan dentro de las principales materias troncales de la carrera como lo son marketing, administración financiera, investigación operativa, proyectos de inversión, áreas del conocimiento que permitirán determinar características y estrategias adecuadas para la implementación de la feria agroecológica y su correcto funcionamiento, a la vez que permita ser sostenible a lo largo del tiempo.

#### **Científico**

La Investigación es oportuna y conveniente, ya que la el establecimiento de la feria agroecológica de Cristo Rey, implica realizar un análisis de mercado, técnico, y económico, con lo cual, se busca determinar resultados para mejorar y determinar mecanismo convenientes para la realización de dicha feria, además ayudará a definir los posibles resultados que permitan crear mecanismos para la solución de problemas, relacionados con las necesidades y la realidad de las organizaciones que participan en la feria agroecológica.

#### **Social**

En la actualidad existe muchas organizaciones que se preocupan por precautelar la salud y bienestar de las personas, lo cual se puede evidenciar con el Art.13 de la Constitución de la República del Ecuador donde menciona que: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”. Por esta razón la feria Agroecológica de Cristo Rey busca amparar este derecho, ya que está proporcionará productos



## Universidad de Cuenca

agroecológicos, impulsando el consumo consciente de alimentos sanos, soberanos y de calidad, además de fomentar el cuidado de la naturaleza y la economía campesina que mantiene sistemas agroecológicos como modo de producción y de vida.

### **Justificación**

Hoy por hoy se puede evidenciar que las prácticas de la agricultura basadas solamente en la cosecha masiva y que empleaban insumos tóxicos, han quedado en el pasado, generando de esta manera nuevas tendencias de agriculturas alternativas.

A lo largo de estas últimas tres décadas, las organizaciones campesinas productores y productoras, han apostado por un modelo que conjugue la defensa y promoción de la soberanía alimentaria, con una propuesta armónica con el ambiente y el tejido colectivo, que impulse mayores niveles de participación. Este modelo es la agroecología. Durante estos años se han producido información, análisis y experiencias sobre agroecología en el país; fundamentalmente, como parte del trabajo levantado por quienes le apuestan a las alternativas, por ejemplo; el dialogo entre productores/as y su articulación con Ong's. (Santillana, 2014, pág. 5)

Por lo que se refiere a la promoción del consumo de productos agrícolas, la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca, por medio de su proyecto de agroecología y soberanía alimentaria, busca fortalecer la economía campesina a través de los siguientes ejes de ejecución:

- Comité de Garantía de Producción Agroecológica del Cantón Cuenca: se relaciona con las asociaciones campesinas que pertenecen a la Red Agroecológica del Austro, quienes han desarrollado un modelo sistemático y organizado de inspecciones a productores agrícolas para garantizar alimentos con prácticas agroecológicas adecuadas.
- Huertos urbanos: busca mejorar las condiciones de vida de las comunidades urbanas y periurbanas, mediante un espacio verde para



## Universidad de Cuenca

conectar y alimentar sociedades promoviendo ejercicios sostenibles y responsables con el medio ambiente.

- Agroturismo: el objetivo de este eje es la reivindicación de los derechos indígenas y campesinos para hacer uso de su territorio y afirmar su cultura y tradición por medio de actividades turísticas, y,
- Comercialización de productos agroecológicos consiste en la inclusión del sector de la economía solidaria, mediante la democratización del espacio público, impulsando la economía campesina.

Cabe señalar que el proyecto se desarrollará como parte de este eje, pues la comercialización de productos agroecológicos está vinculada a instrumentos de comercialización alternativos, tales como ferias, canastas comunitarias, entregas bajo pedidos. Este tipo de comercialización permite a las organizaciones campesinas captar una mayor parte del valor de su producto.

En Ecuador, en los últimos años, por iniciativas de algunos productores y consumidores, además del apoyo de ONG's han surgido las ferias ecológicas en diferentes provincias del país, pero principalmente en Pichincha y Guayas y otras como Santa Elena donde se han comenzado a unir fuerzas para tenerlas con más frecuencia. (CHAMBILLA, 2013)

Según información proporcionada por la Empresa EDEC EP, en el año 2017 se implementaron dos ferias agroecológicas en Capulispamba y El Vergel, beneficiando a 36 organizaciones con un total 1.080 productores. De igual manera en el presente año se incrementará el número de usuarios y beneficiarios, por medio de la implementación de ferias agroecológicas, dinamizando la economía familiar y campesina.

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos del proyecto de agroecología y soberanía alimentaria, se pretende realizar un estudio del desarrollo y establecimiento de una nueva feria agroecológica, tomando como base el análisis previo para su ubicación, que será en el sector Cristo Rey parroquia Bellavista de la ciudad de Cuenca.



## Universidad de Cuenca

Debido a que el mismo deberá proporcionar un ambiente y entorno accesible, en donde los demandantes podrán adquirir productos agroecológicos, ya que estos se podrán comercializar y exhibir con las mejores condiciones de calidad, beneficiando a los productores agroecológicos y mejorando la alimentación en los hogares cuencanos.

### **Problema Central**

En la actualidad las poblaciones campesinas de la sierra sur del Ecuador no cuentan con el acceso a los recursos estratégicos, pues existen algunas personas que disponen de una gran cantidad de suelo de calidad, mientras que otras disponen de poca cantidad de tierras e insumos para la producción, ubicándolos en mercados desfavorables, dado que utilizan técnicas tradicionales de agricultura, lo cual implica altos costos de fertilizantes y plaguicidas químicos, afectando directamente a los ingresos de los productores y a su capacidad de invertir, a la vez de contar con inconvenientes en el momento de vender los productos, ya que existen la presencia de intermediarios que no retribuyen precios justos, limitando su presencia en el mercado. En cuanto al eje de comercialización de productos agroecológicos, se desea implementar una nueva feria agroecológica en el sector de Cristo Rey parroquia Bellavista, teniendo como necesidad establecer la viabilidad y aceptación de la misma en el sector, así como, conocer los factores y procesos necesarios para un correcto desarrollo de las actividades a realizar, permitiendo crear un espacio adecuado, el cual brinde a los productores y consumidores la oportunidad de obtener beneficios.

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Diseñar un estudio para el desarrollo y funcionamiento de la feria agroecológica del sector de Cristo Rey, a partir de estrategias de mercadeo y gestión, para la correcta inserción y marcha de la misma.





### **Objetivos específicos**

- Proponer características y procedimientos, para implementación de la feria agroecológica en el sector Cristo Rey.
- Explicar la organización de las asociaciones agroecológicas con el fin de detallar la estructura de los productores a comercializar en esta feria.
- Desarrollar de forma participativa un plan estratégico, actividades e indicadores dirigidos para el fortalecimiento de la feria agroecológica.

## **Metodología (marco teórico base y diseño metodológico)**

### **Marco teórico**

El marco teórico que se detalla a continuación permitirá fundamentar teorías o conceptos que se desarrollará en el trabajo de investigación, contribuyendo a la solución del problema y mejor entendimiento del mismo. A partir de esto se iniciará con las definiciones básicas para iniciar el estudio.

Los conceptos básicos a ser utilizados dentro de este estudio serán una guía para establecer las acciones aptas para poder sustentar la investigación, comenzando con el concepto base del estudio:

### **Proyecto**

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana.” (Baca Urbina, 2010, pág. 2)

Como punto de partida para el desarrollo del proyecto se describirá algunos conceptos claves que permitirán diferenciar términos, que ayudarán a comprender los factores claves de la implementación de una feria agroecológica.

### **Agricultura Familiar**

Los agricultores familiares, por lo tanto, encaran restricciones internas y externas para mejorar su competitividad. Una de las formas para enfrentarlas es buscar el incremento de su capital social y humano, acrecentando su participación en organizaciones que les permitan influir



## Universidad de Cuenca

en el diseño y aplicación de políticas de desarrollo y comercialización, y también mejorando sus técnicas de producción. ( Gordillo de Anda, 2004, pág. 82)

### **Organización**

Una organización define los términos de intercambio en el mercado sobre la base de la calidad y la cantidad de producción que puede ofrecer. Cuando se establece un acuerdo, la organización debe asegurarse de que sus asociados cumplan con las normas fijadas para sus productos. (Leisa Revista de Agroecología, 2012, pág. 5)

### **Producción Agroecológica**

Se define como producción agroecológica y alternativa como: "...Experiencias de producción agroecológica, orgánica y ecológica, que no usan agroquímicos en sus sistemas productivos y que implementan prácticas amigables con el ambiente". (Centro de Gestión Ambiental, 2010, pág. 4)

### **Agroecología**

Según (FAO, 2018) define lo siguiente: La agroecología es una disciplina científica, un conjunto de prácticas y un movimiento social. Como ciencia, estudia cómo los diferentes componentes del agroecosistema interactúan. Como un conjunto de prácticas, busca sistemas agrícolas sostenibles que optimizan y estabilizan la producción. Como movimiento social, persigue papeles multifuncionales para la agricultura, promueve la justicia social, nutre la identidad y la cultura, y refuerza la viabilidad económica de las zonas rurales.

### **Diferencia entre producción agroecológica y orgánica**

En varias ocasiones se confunde entre lo orgánico y lo agroecológico, debido a esto se detalla a continuación una breve explicación de dicha interrogante.

La producción orgánica, a grandes rasgos, es aquella que no utiliza agrotóxicos ni ningún otro tipo de aditivo que no sea biodegradable, se enfoca estrictamente en la producción, mientras que la agroecología



## Universidad de Cuenca

toma criterios mucho más amplios abarcando así aspectos sociales, ambientales y culturales, enfocándose en la gente y en los ecosistemas, priorizando la atención de las comunidades locales e incluso marcando pautas sobre cómo debe realizarse la comercialización. (Bonzi, 2017, pág. 4)

Es importante conocer que es un sistema alimentario, por lo que el presente trabajo se orienta a la agricultura, que hace frente a desafíos de protección de medio ambiente y alimentación sana.

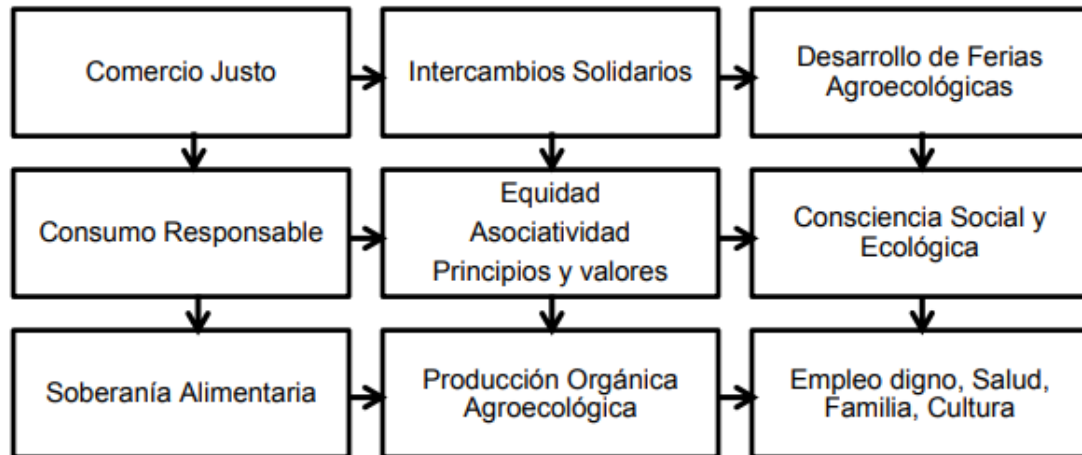
Un sistema alimentario está formado por el entorno, las personas, las instituciones y los procesos mediante los cuales se producen, elaboran y llevan hasta el consumidor los productos agrícolas. Todos los aspectos del sistema alimentario influyen en la disponibilidad y accesibilidad final de alimentos variados y nutritivos y, por lo tanto, en la capacidad de los consumidores de elegir dietas saludables. (FAO, 2013, pág. 3)

Además, de resaltar la importancia de este concepto se establece lo siguiente: “Un sistema alimentario sostenible es aquel que garantiza la seguridad alimentaria y la nutrición para todos, de forma que no comprometan las bases económicas, sociales y ambientales para las futuras generaciones”. (Sistemas Alimentarios Sostenibles para una Alimentación Saludable, 2017)

En el marco de la agricultura dentro del país es importante fijar la relación de la misma con la economía social y solidaria, por lo cual, se despliegan las siguientes puntualizaciones:

Según en el esquema elaborado por (PARRA SILVA, 2015) tomando como fuente PROBIO determina el siguiente resumen sobre la relación de la agricultura en diferentes aspectos de la Economía Social y Solidaria.

**Figura: 1** Relación de la agricultura en diferentes aspectos de la Economía Social y Solidaria



### **Economía popular y solidaria**

#### **Ley de economía popular y solidaria**

Se entiende por economía popular y solidaria, el conjunto de organizaciones dedicadas a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para la subsistencia de quienes lo practican.

Así como se menciona en el Art.17: Las organizaciones económicas populares pueden constituir redes de producción y circulación de bienes y servicios, que privilegien la redistribución de la riqueza y la remuneración de su trabajo, por sobre la rentabilidad financiera, las mismas que no requieren personalidad jurídica para su funcionamiento.

En este contexto es importante destacar la relevancia que la agroecología tiene en la Seguridad y Soberanía alimentaria.

#### **Seguridad alimentaria:**

“La seguridad alimentaria existe cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias



Universidad de Cuenca

alimentarias para llevar una vida activa y sana” (Cumbre Mundial sobre la Alimentación, 1996)

### **Soberanía Alimentaria**

La constitución de la República del Ecuador (2008) menciona en el **Artículo 281** que: La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado, para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.

Dentro del problema previamente planteado se estipula como principal inconveniente de las organizaciones que comercializan productos agroecológicos, la existencia de intermediarios, por esta razón, es sustancial el desarrollo de definiciones que apoyen a la solución del mismo.

### **Comercio Justo**

El comercio justo es un movimiento socioeconómico global que propone una manera distinta de entender las relaciones económicas y comerciales. Nació como respuesta a aquellas relaciones comerciales que contribuyen poco o nada al desarrollo sostenible, en términos de reducción de la pobreza y las desigualdades, respeto de los derechos humanos y por el medio ambiente, entre otros. (Coscione & Mulder, 2017, pág. 19)

### **Canales de comercialización**

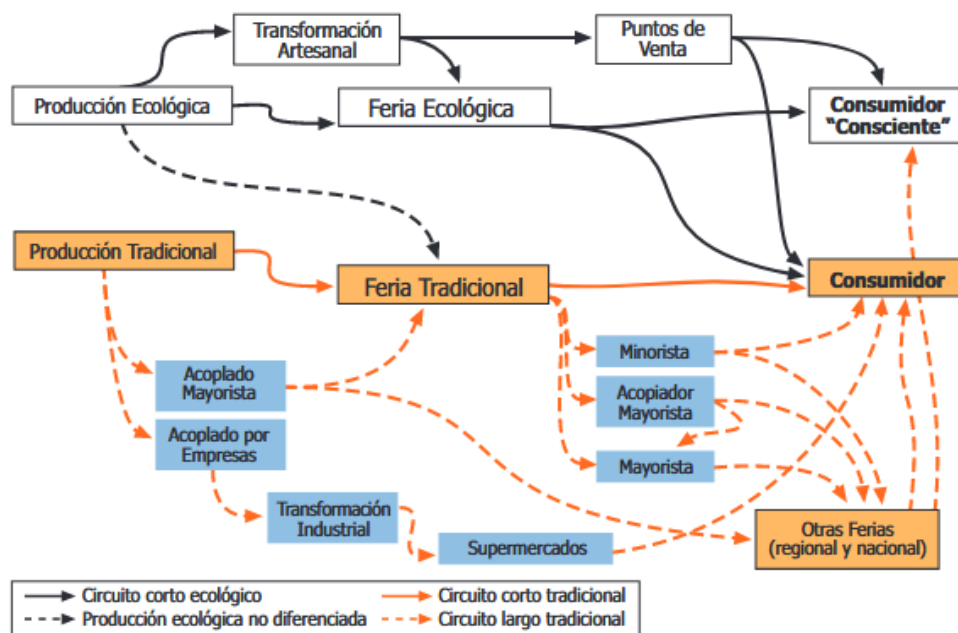
Se define como: “...los canales cortos de comercialización nacen por la necesidad de revalorizar el alimento, de manera que se construyen nuevas y diferentes relaciones entre productoras y consumidoras, en cuanto a convenciones de calidad, información y confianza que superan las meramente económicas...” (Cabanés Morote & Gómez López, 2014, pág. 142)

Adicionalmente para reforzar lo antes mencionado se indica lo siguiente:

Canales Cortos de Comercialización como herramientas de creación de redes de intercambio equilibradas y horizontales, que a su vez permiten construir relaciones deseables y positivas tanto para quien produce como para quien consume, con base en el intercambio de conocimientos, experiencias e imaginarios colectivos (Cabanés Morote & Gómez López, 2014, pág. 142)

Por consiguiente, se considerará las diferencias entre la feria agroecológica y los canales tradicionales de comercialización citadas a continuación:

**Figura 2:** Identificación de circuitos, comercialización y flujos alimentarios (Cheng & Lacroix, 2014, pág. 83)



### Feria Agroecología

Las Ferias Agroecológicas son espacios privados o puestos de plazas abiertas o de mercados municipales u otros espacios públicos, en los cuales las familias de pequeños productores organizados venden sus productos, con una frecuencia preestablecida (semanal o mensual), con los objetivos de mejorar sus ingresos, ofertar productos de calidad



## Universidad de Cuenca

(limpios de químicos), facilitar a los consumidores el acceso a productos sanos, y fomentar la seguridad y soberanía alimentarias. (García Arellano, “Diseño de un sistema de almacenamiento y exhibición de, 2017)

### **Organizaciones de Productores**

Las organizaciones de productores son por lo tanto actores fundamentales en los procesos de desarrollo, mediante sus funciones esenciales de producción y alimentación de las poblaciones, generación de ingresos familiares y empleos rurales, gestión sostenible de los recursos naturales y representación. (VALLEUR, 2017, pág. 7)

“Las organizaciones de productores son organizaciones de adhesión, que crean los agricultores (u otros grupos) para que les brinden servicios...” (Rondot & Collion, 2001, pág. 2)

De igual forma, a continuación, se plantean definiciones que encaminará a un conveniente proceso de la investigación.

### **Estudio de mercado**

“...se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca Urbina, 2010, pág. 7)

Para esto abordaremos temas vinculados con el proceso del análisis de las variables a considerar dentro de la indagación que se desplegará en el proceso de establecimiento de la feria agroecológica.

Conocimiento y consumo: parte fundamental del estudio en donde se identifica el nivel de conocimiento del encuestado, y si consume o no productos orgánicos. Esta parte permitió dividir a los encuestados entre consumidores actuales o efectivos,





Universidad de Cuenca

consumidores potenciales y consumidores no potenciales.

(Andrade Ortiz & Flores, 2008, pág. 29)

“Consumidores actuales: los consumidores que afirmaron conocer y consumir productos orgánicos fueron abordados con preguntas específicas sobre sus hábitos de compra y atributos de los productos orgánicos que consumen.”  
(Andrade Ortiz & Flores, 2008, pág. 29)

Consumidores potenciales: aquellos entrevistados que respondieron no consumir actual-mente pero que podrían hacerlo en el futuro son de interés primordial en un estudio de preferencias de consumo, ya que conforman el mercado potencial de un producto determinado. Este segmento fue abordado con preguntas específicas sobre hábitos de compra y determinantes de consumo. (Andrade Ortiz & Flores, 2008, pág. 29)

### **Estudio Técnico**

“El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca Urbina, 2010, pág. 7)

### **Estudio económico**

“...Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.” (Baca Urbina, 2010, pág. 8)

### **Gestión Organizacional**

La gestión organizacional basada en la capacidad del logro de objetivos, se visualiza en un esquema en el que la empresa comparte una posición complementaria con el talento humano, entendida como la administración del personal en términos de planeación, organización, desarrollo y coordinación de actividades, que tienen inmersas las dimensiones de desarrollo humano, condiciones de trabajo y



## Universidad de Cuenca

productividad, y que, a partir de cada intersección generan características con respecto al desempeño del colaborador en términos de calidad, cantidad y tiempo, para realizar una labor con un entregable determinado. (Tamayo Salamanca, Del Río Cortina, & García Ríos, 2014, pág. 75)

### **Planeación Estratégica**

Es una actividad que constantemente han adoptado las empresas que desean identificar y seguir una visión a través del logro de objetivos y metas. Son estas herramientas administrativas que le dan una guía a las organizaciones que desean consolidarse en un mundo globalizado que requiere de marcos estratégicos para su desarrollo. De ahí la importancia de elaborar en conjunto, considerando el contexto en el que está sumergida la organización, el rumbo y la filosofía que deberá seguir la empresa para alcanzar los resultados planteados. (López Parra, 2013, pág. 2)

### **Planificación**

Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planificación determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué orden debe hacerse. (Toro, 2012, pág. 2)

### **Gestión de procesos**

La gestión de procesos ve a los procesos como creaciones humanas, con todas las posibilidades de acción sobre ellos: diseñar, describir, documentar, comparar, eliminar, modificar, alinear o rediseñar, entre otras. Reconoce que los procesos no pueden estar abandonados a su suerte y establece formas de intervención que tienen por objetivo cumplir la estrategia de la organización y mejorar en múltiples aspectos



Universidad de Cuenca

deseables: eficiencia, atención al cliente, calidad, productividad y muchos otros. Acepta que no tiene finalidad por sí misma, sino que es un medio para lograr grandes metas organizacionales. (Bravo Carrasco, 2011, pág. 6)

## **Diseño metodológico**

El diseño metodológico del análisis para el desarrollo y funcionamiento de una feria agroecológica en el sector Cristo Rey, se fundamentará en un enfoque mixto, utilizando datos cuantitativos y cualitativos, pues la investigación representa un conjunto de procesos que es secuencial, además de que es necesario plantear e interpretar detalles únicos que pueden manifestarse durante el análisis propio del tema a ser aplicado.

Al enfoque cuantitativo se lo puede definir según (Hernández Sampieri, 2014) como:

“El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, podemos redefinir alguna fase...” (pág. 7)

Mientras que (Hernández Sampieri, 2014) define al enfoque cualitativo como:

“...la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas...” (pág. 16)

## **Investigación descriptiva**

“La investigación descriptiva es aquella que busca definir con claridad un objeto, el cual puede ser un mercado, una industria, una competencia, puntos fuertes o débiles de empresas, algún medio de publicidad o un problema simple de mercado” (Benassini, 2009, pág. 45)



## Universidad de Cuenca

Sobre la base de las consideraciones anteriormente expuestas, se determinará el cálculo de la muestra y los procedimientos a ser aplicados.

### **Muestreo**

“El muestreo es la parte de la estadística que se ocupa de la selección y acopio de elementos representativos de cierta población a fin de obtener inferencia” (Benassini, 2009, pág. 179)

Entre los métodos para la recolección de datos que serán aplicados en el transcurso de la investigación, existen varias opciones entre instrumentos o técnicas que contribuirán al desarrollo del estudio.

### **Observación**

“La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos”. (Arias, 2012, pág. 69)

### **Encuesta**

“Se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular”. (Arias, 2012, pág. 72)

### **Entrevista**

La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida. (Arias, 2012, pág. 73)



## Universidad de Cuenca

### Cuestionario

“Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador”. (Arias, 2012, pág. 75)

Según (Aguilar-Barojas, 2005, pág. 5) propone la siguiente fórmula para calcular la muestra en estudios descriptivos para una población finita, es decir cuando se conoce el total de las unidades de observación.

$$n = \frac{NZ^2 pq}{d^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

#### Donde:

**N** = tamaño de la población

**p** = proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia

**q** = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio (1 -p).

**Z** = valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva normal. Llamado también nivel de confianza.

**d** = nivel de precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.



Esquema Tentativo	
Capítulo I	<b>1. Diagnóstico de la situación actual del problema.</b>
	1.1 Información general de la Empresa EDEC EP.
	1.2 Antecedentes y datos del proyecto.
	1.3 Justificación e Importancia.
	1.4 Caracterización del área de estudio.
	1.4.1 Sector Cristo Rey - Parroquia Bellavista.
	1.4.2 Ubicación Geográfica.
	1.4.3 Aspectos Físicos.
Capítulo II	<b>2. Marco teórico de referencia y diseño metodológico.</b>
	2.1 Antecedentes de Ferias Agroecológicas.
	2.2 Marco Teórico.
	2.2.1 Agroecología y Soberanía Alimentaria.
	2.2.2 Sistema participativo de garantía del Ecuador.
	2.2.3 Planeación Estratégica.
	2.3 Diseño Metodológico.
Capítulo III	<b>3. Estudio del desarrollo y viabilidad del establecimiento de la Feria Agroecológica en Cristo Rey.</b>
	3.1 Análisis del entorno.
	3.1.1 Diagnóstico Económico.
	3.1.2 Diagnóstico Político.
	3.1.3 Diagnóstico Ambiental.
	3.1.4 Diagnóstico Social.
	3.2 Análisis de Mercado.
	3.2.1 Población y muestra.
	3.2.2 Diseño y resultados de encuestas.
	3.2.3. Análisis de la demanda.
	3.2.4. Análisis de la oferta de productos agroecológicos en la ciudad de Cuenca.
	3.2.5. Análisis de productos a ser comercializados en la feria.
	3.2.6. Análisis de precios.
	3.3 Análisis técnico.
	3.3.1 Localización.
	3.3.1.1 Macro localización.
	3.3.1.2 Micro localización.
	3.3.2 Análisis de logística y disponibilidad de recursos.
	3.3.3 Identificación y descripción de procesos para el establecimiento de la feria.
	3.4 Análisis económico.



<b>Capítulo IV</b>	<b>4.Estrategias para el funcionamiento de la feria agroecológica</b>
	4.1. Propuesta de plan estratégico.
	4.1.1. Diseño Organizacional.
	4.1.2. Desarrollo del plan estratégico e indicadores de gestión.
<b>Capítulo V</b>	<b>5. Conclusiones y Recomendaciones.</b>
	5.1 Resultados.
	5.2 Conclusiones y Recomendaciones.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Capítulo 1</b>																				
Diagnóstico de la situación actual del problema.																				
Información general de la empresa EDEC EP																				
Antecedentes y datos del proyecto																				
Caracterización del área de estudio.																				
<b>Capítulo 2</b>																				
Marco Teórico.																				
Diseño Metodológico.																				
<b>Capítulo 3</b>																				
Análisis del entorno.																				
Análisis de Mercado.																				
Diseño y aplicación de encuestas.																				
Análisis de la demanda																				
Análisis de la oferta																				
Análisis Técnico.																				
Análisis económico																				
<b>Capítulo 4</b>																				
Estrategias para el funcionamiento de la feria agroecológica																				
Propuesta de modelo de gestión.																				
<b>Capítulo 5</b>																				